

Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social



Indicadores de Desarrollo Mediático:

Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social

Aprobado por el Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) en su sesión XXVI (26-28 marzo 2008).

Agradecimientos
La UNESCO desea agradecer la invaluable contribución del Sr. Andrew Puddephatt durante todo el proceso de elaboración de los Indicadores de Desarrollo Mediático. La Organización quisiera hacer extensiva su gratitud a todos los miembros del Grupo Internacional de Expertos/as que participaron en la finalización y entrega de los Indicadores de Desarrollo Mediático al Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación.

Diagramación y diseño gráfico: Baseline Arts Ltd 2008
Traducción al español a cargo de la Consejería de
Comunicación e Información para los países andinos,
UNESCO/Quito
Rosa M. González, Consejera
Favio Almeida, Coordinador
uhqui@unesco.org.ec
Traducción: Sam DuBois
Diagramación en español: Carlos Reyes Ignatov
Impresión: Ekseption Publicidad, Cía. Ltda.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación,
la Ciencia y la Cultura
1, rue Miollis
75732 París Cedex 15
Francia

Referencia no. CI/COM/2008/PI/3

Contenidos

Presentación

Como lo expresa su Constitución, la UNESCO se dedica a "facilitar la libre circulación de las ideas por medio de la palabra y de la imagen". Sus esfuerzos en el área del desarrollo de los medios de comunicación social y la defensa de la libertad de prensa durante las últimas décadas dan una fuerte indicación del compromiso inamovible de la Organización con el desarrollo de medios libres, independientes y pluralistas.

Este enfoque de apoyar al desarrollo mediático se vincula claramente con el potencial de los medios para fortalecer procesos democráticos que sean participativos, transparentes y con rendición de cuentas, tomando en cuenta a todos los actores/as de la sociedad. La evidencia muestra que un entorno mediático libre, independiente y pluralista es imprescindible para fomentar la democracia. Además, al proporcionar un vehículo para comunicar y acceder a la información, los medios pueden ayudar a asegurar que la ciudadanía esté equipada con las herramientas necesarias para elegir, en base a información adecuada, y participar mejor en las decisiones sobre los temas que influyen en sus vidas.

Por lo tanto, el apoyo al desarrollo de medios es un componente indispensable de las estrategias del desarrollo en general, aunque le falta lograr un reconocimiento más amplio y un financiamiento adecuado de la comunidad donante internacional.

Es dentro de este contexto que el Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) de la UNESCO decidió que sería importante identificar las características clave de un entorno mediático en el cual puedan prosperar la libertad de expresión, independencia y pluralismo de los medios, de conformidad con los principios establecidos en la Declaración de Windhoek (1991) y las posteriores declaraciones regionales sobre la Promoción de los Medios Independientes y Pluralistas, adoptadas en Almaty, Santiago, Sana'a y Sofía. Este conjunto integral de indicadores, para analizar todos los principales aspectos de la ecología mediática, deberá permitir que las/los actores dedicados al desarrollo mediático, y en particular los actores locales, diagnostiquen el estado de los medios dentro de un determinado contexto nacional y evalúen el impacto de los programas de desarrollo mediático. Además, servirá como un valioso instrumento para guiarles en sus esfuerzos por apoyar el desarrollo mediático.

Agradezco a las/los múltiples expertos y organizaciones de todas las regiones del mundo que participaron en la elaboración de este documento. Invito a las/los actores nacionales, formuladores de políticas, organismos de la ONU y organizaciones de desarrollo mediático a adoptar estos indicadores y fomentar su utilización de la manera más amplia posible, para asegurar la coordinación exitosa y orientada hacia resultados en nuestro trabajo por el desarrollo.

Abdul Waheed Khan, *Subdirector-General de Comunicación e Información, UNESCO*

Mensaje del Presidente del Consejo Intergubernamental del PIDC

El proceso de definir un marco para evaluar el desarrollo mediático, como se presenta en esta publicación, fue iniciado por el Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) en su sesión XXV del 2006. Desde entonces, se organizó una vasta consulta, con la participación de una gama variada de expertos/as de las organizaciones de desarrollo mediático, asociaciones profesionales, universidades, y organizaciones intergubernamentales y no gubernamentales. Se puso atención especial para asegurar una amplia representación geográfica entre sus participantes, ya que el Consejo del PIDC consideraba importante que se tomen en cuenta perspectivas de diferentes áreas del mundo al elaborar los indicadores. El proceso de consulta culminó con una reunión del Grupo Experto, en la Sede de la UNESCO en diciembre del 2007, durante la cual se finalizó este documento.

Posteriormente se lo entregó al Consejo Intergubernamental del PIDC en su sesión XXVI (marzo 2008) y recibió su aval unánime. El Consejo adoptó una decisión que solicitaba a la Secretaría del PIDC y a otros actores/as en el área del desarrollo de medios para aplicar los indicadores al determinar, conjuntamente con las autoridades nacionales, las estrategias para el desarrollo de la comunicación. El Consejo también describió los indicadores como un aporte importante a la definición de un enfoque común para toda la ONU en los campos del desarrollo mediático y la gobernabilidad.

Es mi creencia firme que el marco evaluativo presentado en este documento contribuirá a mejorar los esfuerzos por el desarrollo mediático de dos maneras: desde el principio, permitiendo una mejor distribución del apoyo al desarrollo de medios mediante la identificación sistemática de las necesidades del sector mediático en un determinado país; y hasta el final, facilitando la medición del impacto de las intervenciones en este campo.

Sin embargo, debe quedar totalmente claro que este marco no está diseñado, de ninguna manera, para imponer condicionalidades. Es nuestra esperanza que la gente que ejecuta el desarrollo mediático en todo el mundo aprovechará las posibilidades ofrecidas por esta herramienta diagnóstica única y que llegará a ser un referencia para todos/as quienes se comprometen con construir medios libres, independientes y pluralistas.

Walter Fust, *Presidente del Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC)*

Introducción

"Fomentar el libre flujo de la información, a nivel internacional así como nacional, promover la difusión más amplia y equilibrada de la información, sin ningún obstáculo para la libertad de expresión, y fortalecer las capacidades de comunicación en los países en vías de desarrollo para aumentar su participación en el proceso de comunicación"

Resolución 25C/104 de la Conferencia General de la UNESCO

Introducción

Medios de comunicación social, democracia y desarrollo

La libertad de expresión es un elemento fundamental de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y se considera como el cimiento de las libertades democráticas, como el derecho a formar partidos políticos, a compartir ideas políticas, a averiguar sobre las acciones de los funcionarios públicos/as, y así por el estilo.

El acceso a los medios de comunicación social es crucial para el ejercicio de la libertad de expresión, porque proporcionan la plataforma pública mediante la cual se ejerce efectivamente este derecho. La idea de los medios de comunicación social como plataforma para el debate democrático abarca una gama de funciones interrelacionadas. Los medios, en este contexto, constituyen todos los canales que trasmiten noticias e información pública. Los medios de comunicación social pueden verse como:[1]

- canales de información y educación mediante los cuales las/los ciudadanos pueden comunicar entre sí
- difusores de historias, ideas e información
- correctores de la "natural asimetría de la información" (Islam 2002:1) entre gobernadores y gobernados y entre agentes privados en competencia
- facilitadores del debate bien informado entre diversos actores sociales, fomentando la resolución de controversias por medios democráticos
- maneras en que la sociedad aprende sobre sí y conforma un sentido de comunidad, y que da forma al entendimiento de los valores, costumbres y tradición
- vehículos para la expresión y cohesión culturales dentro de las naciones y entre ellas
- vigilantes que observan a los gobiernos en todas sus formas, promoviendo la transparencia en la vida pública y escudriñando a quienes detenten el poder, exponiendo la corrupción, la administración incorrecta y las actuaciones empresariales indebidas
- herramientas para aumentar la eficiencia económica
- facilitadores esenciales del proceso democrático y garantes entre tantos otros, de las elecciones libres y justas
- actor y defensor social por derecho propio, respetando a la vez los valores pluralistas

Es igualmente aparente que, a veces, los medios de comunicación social pueden ser utilizados para reforzar el poder de los intereses creados y exacerbar las desigualdades sociales, excluyendo a las voces críticas o marginadas. Los medios pueden incluso promover los conflictos y las divisiones sociales.

La interrogante clave para quienes se interesan por los temas de la libertad de expresión, la gobernabilidad y el desarrollo humano, entonces, es cómo fomentar un marco mediático y prácticas que contribuyan a estos objetivos trascendentales. Esta preocupación es particularmente aguda en las democracias nuevas o restauradas, cuyos sistemas mediáticos han sido distorsionados o quebrantados por la opresión, corrupción o los efectos de la guerra y el subdesarrollo.

Aun en las democracias más establecidas, el rol de los medios de comunicación social es un tema candente, por el mundo de cada vez más convergencia en las comunicaciones modernas. La combinación de aparatos electrónicos de bajo costo, enlazados con redes de comunicaciones digitales abre nuevas oportunidades para que la ciudadanía ejerza

1. Lo que sigue es una síntesis de varios informes sobre los medios de comunicación social y el desarrollo democrático, incluyendo: Artículo 19 (sin fecha); Islam (2002); Foro Mundial para el Desarrollo Mediático (2006); Norris y Zinnbauer (2002); UNESCO-CPHS (2006).

su derecho a la libertad de expresión. Sin embargo, el avance de esta revolución en las comunicaciones es desigual dentro de los países y entre ellos, y podrán utilizarse las nuevas plataformas de comunicaciones para oprimir, así como para liberar.

Muchos comentaristas sostienen que el periodismo independiente es necesario pero no es suficiente para fortalecer la gobernabilidad y promover el desarrollo humano. Sugieren que estos objetivos se logran más eficazmente bajo dos condiciones:

- En las sociedades donde los canales de comunicaciones masivas son libres e independientes a los intereses establecidos; y además

- Donde haya un amplio acceso a estos medios de comunicación social

Esto sugiere que cualquier intento de medir el desarrollo mediático deberá abarcar los aspectos tanto de la ***independencia*** como del ***acceso***. No es sólo la ausencia de las restricciones sobre los medios que importa, sino también el grado de acceso otorgado a todos los sectores de la sociedad, especialmente los más marginados, para conseguir información y hacerse escuchar por esos medios. Limitado acceso – o la falta de empatía con los medios está en función de la pobreza y falta de educación. También puede ser causado o exacerbado por cuestiones de idioma, género, edad, etnicidad o la brecha entre los sectores urbano y rural. Hace falta también promover la “alfabetización” en materia de la información y los medios.

El corolario de este análisis es la necesidad de una intervención estatal para promover un entorno mediático caracterizado por la libertad de expresión, el ***pluralismo*** y la ***diversidad***, en la cual las leyes que limiten la libertad mediática están estrictamente definidas y restringidas a las mínimas imprescindibles para la democracia, y sus disposiciones aseguran la igualdad de condiciones económicas. Esto requiere disposiciones para los medios públicos y comunitarios, así como los medios particulares.

También es vital invertir en los recursos humanos, específicamente el fortalecimiento de la ***capacidad profesional del personal de los medios***, tanto periodistas como gerentes, mediante formación académica y capacitación en funciones, y desarrollando gremios profesionales.

La capacidad infraestructural también es crucial: promover un entorno mediático diverso requiere invertir en los medios de comunicación, incluyendo la recepción de transmisiones, el suministro eléctrico y el acceso a teléfonos y a Internet.

Dentro de estas categorías de análisis pueden surgir tensiones y paradojas. Por ejemplo, la baja capacidad técnica puede coexistir con un marco jurídico-político positivo, como en el caso de Malí (Norris y Zinnbauer 2002:12). En otras partes, los medios pueden evolucionar hasta llegar a ser impulsores de mayor apertura aun cuando sea en un ambiente político adverso.

Finalmente, cualquier análisis de los medios de comunicación social y su aporte al desarrollo humano debe situarse también en el contexto de los cambios rápidos y profundos en las plataformas para la comunicación (véase el PNUD 2006:15–20 para un resumen útil).

El crecimiento vertiginoso en algunas regiones de las nuevas tecnologías (Internet, SMS, telefonía móvil) presenta oportunidades positivas para la democratización, pero también desafíos en forma de fragmentación y (potencialmente) menores oportunidades de difundir mensajes tendientes al desarrollo para una gran población mediante un limitado número de canales mediáticos.

Las herramientas de evaluación, para que sean significativas, deben incorporar estas nuevas plataformas comunicacionales, y el dinamismo y la adaptabilidad del propio sector de los medios.

Sobre este documento

Dentro del sistema de las Naciones Unidas, el mandato de la UNESCO de promover el desarrollo mediático es inequívoco. La Constitución de la UNESCO compromete a la Organización con “facilitar la libre circulación de las ideas por medio de la palabra y de la imagen”. La Nueva Estrategia de Comunicación de la UNESCO (adoptada en el año 1989) establece los objetivos de la Organización en el Área de la Comunicación e Información: “Fomentar el libre flujo de la información, a nivel internacional así como nacional, promover la difusión más amplia y equilibrada de la información, sin ningún obstáculo para la libertad de expresión, y fortalecer las capacidades de comunicación en los países en vías de desarrollo

2. Resolución no. 32 C/75, adoptada por la UNESCO en su Conferencia General XXXII en octubre 2003, disponible en http://portal.unesco.org/ci/en/files/20810/11351773301ipdc_statutes_amendments_en.pdf/ipdc_statutes_amendments_en.pdf

para aumentar su participación en el proceso de comunicación". El propósito del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) es "contribuir al desarrollo sostenible, la democracia y gobernabilidad, fomentando el acceso universal y la distribución de la información y los conocimientos, fortaleciendo las capacidades de los países en vías de desarrollo y países en transición en el campo de los medios electrónicos y la prensa escrita".[2]

El presente documento ha sido elaborado para definir indicadores del desarrollo mediático en consonancia con las áreas prioritarias del PIDC:

- promoción la libertad de expresión y el pluralismo en los medios de comunicación social
- desarrollo los medios comunitarios
- desarrollo de los recursos humanos (capacitación para profesionales de medios y fortalecimiento institucional)

El documento se ubica firmemente dentro del marco establecido por las cinco declaraciones de la UNESCO sobre la Promoción de Medios Independientes y Pluralistas (la Declaración de Windhoek y las de Almaty, Santiago, Sana'a y Sofía[3]), avaladas por las Conferencias Generales de la Organización, que proporcionan el conjunto de principios generales de los cuales se derivan estos resultados e indicadores.

También debe quedar claro que, en el espíritu de estas declaraciones, la UNESCO no exhorta a más regulación de los medios noticieros sino – por el contrario – más bien un énfasis que mucha falta hacía, en lograr el entorno facilitador general dentro del cual pueda prosperar el periodismo independiente. Capacitar a periodistas en las destrezas que requieren para hacer reportajes es un emprendimiento digno, pero finalmente tendrá poco impacto si dichos periodistas no tienen la libertad necesaria para ejercer su profesión, dentro de un entorno facilitador que sea conducente a este libre ejercicio.

El documento sugiere cinco grandes categorías de indicadores que podrán utilizarse para analizar el desarrollo mediático de un país. Cada categoría se desglosa en una serie de componentes que, a su vez, contienen una serie de indicadores amplios. Finalmente se identifican los medios de verificación y potenciales fuentes de datos.

Debe anotarse que estos indicadores no están diseñados para realizar un análisis longitudinal en el tiempo, ni tampoco para comparar entre diferentes países; son una herramienta analítica diseñada para ayudar a las/los actores a evaluar el estado de los medios de comunicación social y medir el impacto de los programas para desarrollo mediático. Como indicadores, son herramientas diagnósticas antes que mandamientos - conceptualizados con el propósito de ayudar con los programas de desarrollo mediático antes que imponer alguna condicionalidad.

Y finalmente, debe quedar claro que este documento es un instrumento viviente que será puesto a prueba y reajustado en la práctica por sus usuarios/as: periodistas, organizaciones noticieras y grupos ciudadanos que laboren por fortalecer a los medios a nivel local.

Metodología específica

Este documento se fundamenta en un análisis anterior de las iniciativas existentes para medir el desarrollo mediático que empleó una gama diversa de metodologías.[4] Este documento no prescribe ningún enfoque metodológico fijo, sino que prefiere un enfoque tipo 'caja de herramientas' en el cual se puedan adaptar los indicadores a las particularidades del contexto nacional.

Algunas consideraciones genéricas para seleccionar los indicadores del desarrollo mediático han sido adoptadas en este documento:

- usar mediciones cuantitativas siempre que sea posible
- elegir los indicadores para los cuales los datos de las mediciones sean suficientemente confiables en su calidad para permitir la toma de decisiones con algún grado de seguridad
- desagregar los indicadores por género así como otras características poblacionales
- asegurar que los indicadores sean separados para abordar los temas clave de uno en uno

3. (http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001091/109197eo.pdf), contiene una copia de una publicación de la UNESCO que presenta los textos básicos en materia de la comunicación que han sido adoptados entre 1989 y 1995. La Declaración de Sofía está en http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001095/109559eo.pdf. La Declaración definitiva de Sana'a está en http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=1622&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

4. UNESCO (2007), *Defining Indicators of Media Development – Background Paper*, http://portal.unesco.org/ci/en/files/24288/11743196661media_development_indicators_background_paper.pdf/media_development_indicators_background_paper.pdf

- considerar las implicaciones prácticas del costo y tiempo requeridos para recopilar los datos de las mediciones

Sin embargo, a estas alturas es necesario agregar una nota de precaución. A nivel mundial son escasos los datos, y por lo tanto este documento, por sí solo, no podrá brindar toda la información requerida para aplicar su enfoque como herramienta diagnóstica. Hace falta más trabajo para identificar los datos requeridos para medir los indicadores sugeridos. Puede ser útil aprovechar las experiencias de otros campos para establecer fuentes confiables de datos nacionales, por ejemplo en materia de salud con los centros centinela de vigilancia del VIH, etc.

Los datos disponibles sufrirán modificaciones con el tiempo, y la durabilidad de los datos redundará en el grado de su confiabilidad. Habrá que juzgar cada caso cuando se utilicen datos disponibles pero que tengan varios años de existencia, particularmente en vista de la naturaleza dinámica del ambiente de las comunicaciones. También existe el riesgo de que haya un énfasis inconsciente en los indicadores que sí ofrezcan un medio de verificación más sólido, en sustitución a los que sean de igual importancia para mayor dificultad para medirlos.

Finalmente, muchos de los indicadores se fundamentarán inevitablemente en evaluaciones cualitativas o subjetivas, no obstante el deseo de seleccionar los que sean cuantitativos y medibles siempre que sea posible. Cualquier evaluación completa de los medios de comunicación social requerirá tales decisiones y los indicadores propuestos en este documento reconocen que es así. Lo más importante es que los indicadores subjetivos o cualitativos sean determinados de manera transparente, con un respaldo narrativo que explique cómo fueron diseñados.

Indicadores sensibles al género y favorables para la gente pobre

La *Guide to Measuring the Impact of Right to Information Programmes* del PNUD enumera las consideraciones clave para que los indicadores del derecho a la información sean sensibles al género y favorables para las personas pobres (PNUD 2006:11-12). La Guía anota que:

- la igualdad formal entre hombres y mujeres ante la ley, puede ocultar desigualdades en la práctica

- Los sistemas de información orientados hacia los derechos ciudadanos definidos tradicionalmente pueden excluir a las mujeres, especialmente en las sociedades que restringen el acceso a los ámbitos públicos para las mujeres

- hay que integrar las voces de las mujeres desde el mismo comienzo de desarrollar un sistema de monitoreo y evaluación

- consideraciones similares se aplican para que los indicadores sean favorables para las personas pobres: debe enfocarse mucha atención en identificar cómo la gente pobre accede a la información, especialmente en las áreas rurales donde los sistemas de comunicación pueden ser inoperantes y los niveles de analfabetismo serán altos

Estas observaciones son iluminadoras para cualquier iniciativa de definir los indicadores del desarrollo mediático. Por ejemplo, la disponibilidad de periódicos u otros medios impresos puede indicar poco sobre el desarrollo democrático en una zona rural donde el analfabetismo sea generalizado.

La conciencia de la desigualdad de género puede extenderse asimismo al campo de la propiedad de los medios de comunicación.[5] Algunas iniciativas han ampliado de manera útil esta conciencia del género y de la desigualdad económica para tomar en cuenta las TICs.[6]

5. La UNESCO ha promovido la idea de las radioemisoras comunitarias con mujeres propietarias y gerentas, como en el Centro Mediático de las Mujeres en Camboya (www.wmc-cambodia.org).

6. La ONG sudafricana bridges.org evalúa las herramientas existentes para la medición según su sensibilidad al género y sus indicadores pro-pobres (véase www.bridges.org).

Categorías propuestas de indicadores

Esta sección establece las categorías de indicadores que se desarrollan más detalladamente a continuación.

La selección de categorías procura captar y fundamentarse en el consenso entre las iniciativas existentes sobre cómo los medios podrán aportar a la gobernabilidad y el desarrollo democrático, y beneficiarse óptimamente de estos factores.

Se notará que el marco propuesto está orientado hacia la evaluación del desarrollo mediático a nivel nacional, no a nivel de cada organización individual de comunicación social.[7]

Siguiendo el enfoque de la caja de herramientas, esta sección ofrece una lista incluyente de indicadores de la cual se podrán seleccionarlos, según los requisitos específicos. La lista no pretende prescribir, sino más bien de ofrecer un marco organizador que podrá adaptarse a las necesidades de las iniciativas de desarrollo mediático en cualquier contexto nacional.

- Este documento se estructura alrededor de cinco ***categorías principales de desarrollo mediático***

- Cada categoría se subdivide en varios ***temas***

- Para cada categoría, se perfilan brevemente el ***contexto y los temas principales***

- Bajo cada categoría se indica una gama de ***indicadores clave*** (en mayúsculas color turquesa); cada uno de éstos tiene una serie de subindicadores para completar los detalles del indicador principal, en términos concretos

- Para cada indicador, se sugieren varios ***medios de verificación***

- Para cada categoría, se ofrece una guía a las ***fuentes de datos*** disponibles a nivel internacional; esta guía no es exhaustiva sino que señala algunas fuentes disponibles en-línea y convencionales. Las fuentes de datos no incluyen todos los diferentes tipos de datos disponibles a nivel nacional, o en otros idiomas, que deberían utilizarse para complementar los ofrecidos en este documento, elaborado originalmente en inglés.

La estructura podrá conceptualizarse como una focalización desde el resultado deseado en materia del desarrollo mediático hasta el medio específico de verificar hasta qué punto se logra dicho resultado en la práctica.

Las cinco principales categorías de desarrollo mediático son:

- **CATEGORÍA 1: Un sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social:** existencia de un marco jurídico, político y reglamentario que proteja y promueva la libertad de expresión e información, en base a las normas internacionales que constituyen mejores prácticas y desarrollado participativamente con la sociedad civil.

- **CATEGORÍA 2: Pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad:** El Estado promueve activamente el desarrollo del sector mediático de manera que evite una indebida concentración y asegure la pluralidad y transparencia de la propiedad y el contenido entre los medios públicos, privados y comunitarios.

- **CATEGORÍA 3: Los medios como plataforma para el discurso democrático:** Los medios de comunicación so-

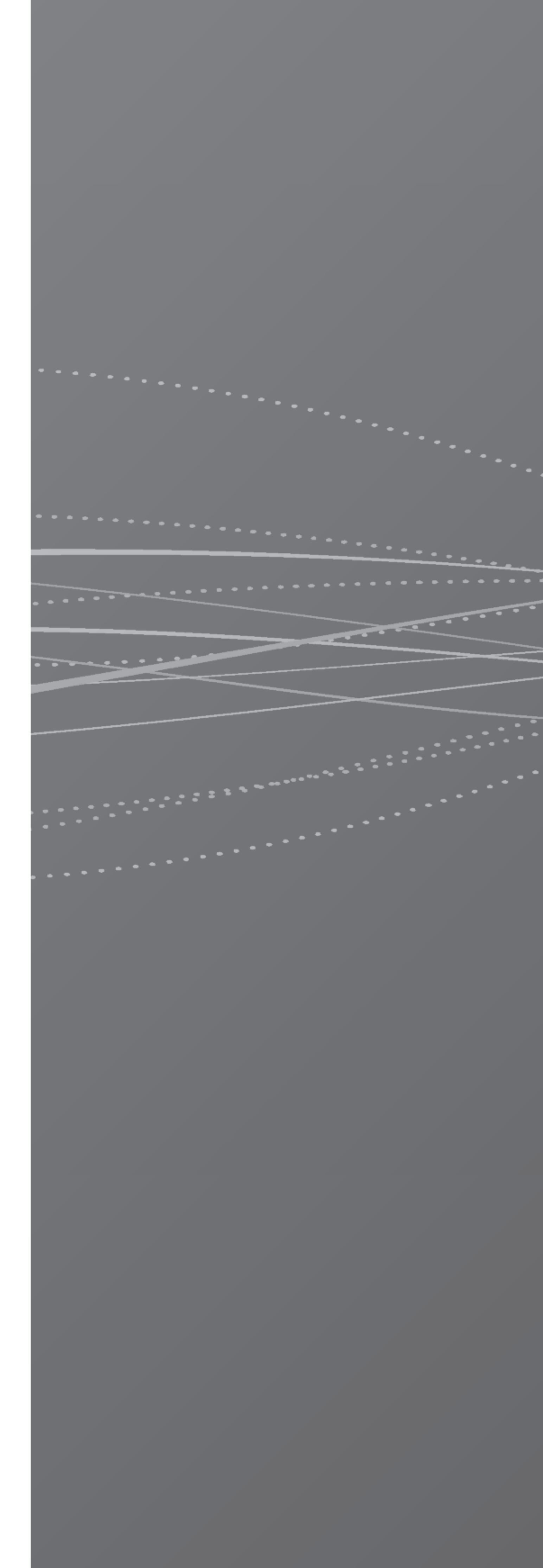
7. Las normas ISAS para radio, televisión y la prensa proporcionan a las organizaciones mediáticas individuales una metodología robusta para mejorar su contribución al desarrollo social y hacer que su avance sea medible y transparente.

cial, dentro de un clima general de auto-regulación y respeto hacia el periodismo como profesión, reflejan y representan la diversidad de criterios e intereses en la sociedad, incluyendo los de los grupos marginados. Hay un alto nivel de "alfabetización" en materia de la información y los medios de comunicación social.

- **CATEGORÍA 4: Capacitación profesional e instituciones de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad:** El personal de los medios tiene acceso a la capacitación y desarrollo profesional, tanto en lo práctico como académico, en todas las etapas de su carrera, y el sector mediático en su conjunto se somete a la vigilancia y se beneficia por el apoyo de los gremios profesionales y de las organizaciones de la sociedad civil.

- **CATEGORÍA 5: La capacidad infraestructural es suficiente para apoyar a medios independientes y pluralistas:** El sector mediático se caracteriza por niveles altos o crecientes de acceso público, incluyendo a los grupos marginados, y un uso eficiente de la tecnología para recoger y distribuir las noticias e información, de manera apropiada para el contexto local.

Es parte integral de este análisis que las categorías se tomen en su conjunto para crear una imagen holística del entorno mediático. No hay una categoría determinada que sea más importante que otra, y este documento se fundamenta en la suposición de que cada categoría tiene importancia. Inevitablemente, los indicadores tomados en su conjunto representan una aspiración, pero el análisis basado sobre estas categorías permitirá construir un mapa completo de la ecología mediática.



1

Un sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social

INDICADORES CLAVE

A MARCO JURÍDICO Y POLÍTICO

1.1 La libertad de expresión se garantiza en las leyes y se respeta en la práctica

1.2 El derecho a la información se garantiza en las leyes y se respeta en la práctica

1.3 La independencia editorial se garantiza en las leyes y se respeta en la práctica

1.4 El derecho de periodistas a proteger a sus fuentes se garantiza en las leyes y se respeta en la práctica

1.5 El público y las organizaciones de la sociedad civil (OSC) participan de la formulación de las políticas públicas que rigen a los medios de comunicación social

B SISTEMA PARA REGULAR LOS MEDIOS DIFUSIVOS

1.6 La independencia del sistema regulador se garantiza en las leyes y se respeta en la práctica

1.7 El sistema regulador funciona para asegurar el pluralismo de los medios y la libertad de expresión e información

C LEYES SOBRE LA DIFAMACIÓN Y OTRAS RESTRICCIONES LEGALES SOBRE PERIODISTAS

1.8 El Estado no coloca restricciones jurídicas innecesarias sobre los medios de comunicación social

1.9 Las leyes sobre la difamación imponen las restricciones mínimas que sean necesarias para proteger el buen nombre de los individuos

1.10 Otras restricciones sobre la libertad de expresión, sean basadas en las leyes sobre la seguridad nacional, la expresión del odio, la privacidad, el desacato o a la obscenidad, deben definirse clara y precisamente en las legislaciones, y deben ser justificables como condiciones necesarias para la sociedad democrática, de conformidad con el derecho internacional

D CENSURA

1.11 Los medios no se someten a la censura previa ni por exigencia legal ni en la práctica

1.12 El Estado no procura bloquear ni filtrar el contenido de Internet que podría considerarse delicado o perjudicial

Categoría

1 Un sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social

A . MARCO JURÍDICO Y POLÍTICO

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

Los marcos jurídicos y políticos relacionados con los medios deben entenderse en cuanto a su forma y sus contenidos sustanciales. Un país podría contar con leyes idóneas sobre la libertad de expresión y el derecho a la información, pero podría ser deficiente su aplicación en la práctica. Podría limitarse su funcionamiento mediante una cultura del secreto o la corrupción, por la resistencia institucional, o por la falta de capacidad técnica e institucional en la administración pública.

Además, las garantías constitucionales podrán erosionarse mediante las excepciones y derogaciones de las obligaciones de los tratados internacionales o mediante leyes contradictorias que rigen sobre temas como los secretos del Estado o la difamación penal. La "guerra contra el terrorismo" ha motivado la formulación de leyes y regulaciones relacionadas con la seguridad nacional que coartan el derecho a libertad de expresión y erosionan la suposición de accesibilidad de la información.

La conciencia y empoderamiento ciudadanos también son imprescindibles: las personas podrían sentir inhibiciones que les impidan buscar la información o una renuencia a aseverar su derecho a la libertad de expresión, sea entre el público en general o entre grupos marginados. Las leyes necesitan el respaldo de medidas sistemáticas para que las y los ciudadanos conozcan sus derechos, y las y los funcionarios conozcan sus obligaciones. Donde lo permitan los recursos, las entidades públicas deben crear los mecanismos para compartir la información oficial en forma proactiva y a solicitud del público. El Estado también debe brindar oportunidades genuinas para que las organizaciones de la sociedad civil (OSC), organizaciones mediáticas y el público en general puedan influir en las políticas públicas sobre los medios.

El principio de la no discriminación es primordial. Por ejemplo, el derecho a la información debe aplicarse por igual a todos los sectores de la sociedad y a todas las organizaciones mediáticas – incluyendo los medios comunitarios – y no sólo a ciertos grupos privilegiados.

La protección legal de la independencia editorial es un pilar clave del derecho a la libertad de expresión. Las decisiones editoriales de las organizaciones mediáticas deben tomarse en base a los criterios profesionales y el derecho de saber del público, sin interferencia del gobierno, de los órganos reguladores ni de las entidades comerciales. Las/los periodistas también deben gozar de garantía legal efectiva para proteger a sus fuentes (véase también la Categoría 3 – F: Seguridad de periodistas).

Cuando un país no tenga garantías jurídicas para las libertades mediáticas ni esté tramitándolas, necesita formularse una política pública clara sobre los medios que cumpla con las normas internacionales de la materia. Cualquier sistema de reglamentación también incluirá mecanismos de auto-regulación que promuevan la libertad de expresión, incluyendo códigos de conducta, consejos de la prensa y entidades normativas, manejadas por las propias comunidades periodísticas. Éstas se tratan más substantivamente bajo la Categoría 3 pero también cumplen un rol en el sistema regulatorio general. Es necesario distinguir entre los medios difusivos – para los cuales es aceptable alguna regulación en interés público, por ejemplo para asegurar un equilibrio cuando sea limitado el espectro – y los medios impresos que podrán tratarse como expresión de criterios y por lo tanto como cualquier otro acto de libre expresión.

INDICADORES CLAVE

1.1 **LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN SE GARANTIZA EN LAS LEYES Y SE RESPETA EN LA PRÁCTICA**

- **ley nacional o garantía constitucional sobre la libertad de expresión**
- **el país ha firmado y ratificado obligaciones pertinentes bajo los tratados, sin exenciones significativas**
- **el público está consciente de su derecho a la libertad de expresión y lo ejerce; hay herramientas y entidades que garantizan la aplicación concreta de este derecho**

Medios de verificación

- Cualquier ley o política sobre el derecho a la libertad de expresión que coincida con las normas internacionales y las prácticas internacionales aceptadas
- Informes de organismos con credibilidad sobre la libertad de expresión
- Informes en los medios nacionales sobre cuestiones de la libertad de expresión
- Casos judiciales sobre la libertad de expresión
- Evidencia de un sistema judicial independiente y funcional con claros derechos de apelación

1.2 EL DERECHO A LA INFORMACIÓN SE GARANTIZA EN LAS LEYES Y SE RESPETA EN LA PRÁCTICA

- ◆ **ley nacional o garantía constitucional sobre el derecho a la información**
- ◆ **el país ha firmado y ratificado obligaciones pertinentes bajo los tratados, sin exenciones significativas**
- ◆ **el público está consciente de su derecho de acceder a la información oficial y lo ejerce**
- ◆ **las entidades públicas publican la información proactivamente y ante solicitud**
- ◆ **mecanismo eficaz y eficiente de apelaciones mediante una entidad administrativa independiente, por ejemplo un comisionado de información o defensor del pueblo**
- ◆ **cualquier restricción para proteger la privacidad personal se define con precisión para excluir la información con relación a la cual no existe ningún interés público justificable**

Medios de verificación

- Cualquier ley o política sobre el derecho a la información que coincida con las normas internacionales
- Informes de organismos con credibilidad sobre las garantías del derecho a la información
- Políticas de las entidades públicas sobre la publicación de la información
- Evidencia del compromiso del Estado con la apertura, por ejemplo su publicación y difusión de las decisiones judiciales, el acta del Parlamento, programas de gasto
- Información estadística sobre las solicitudes ciudadanas de información oficial y su cumplimiento o rechazo
- Información estadística sobre apelaciones o denuncias sobre solicitudes de información que fueron negadas

1.3 LA INDEPENDENCIA EDITORIAL SE GARANTIZA EN LAS LEYES Y SE RESPETA EN LA PRÁCTICA

- ◆ **los medios no tienen la obligación de asignar tiempo al aire, ni de realizar transmisiones específicas por parte del gobierno (aparte del acceso obligatorio para las transmisiones políticas durante las elecciones)**
- ◆ **el Gobierno, los órganos reguladores o intereses comerciales no influyen ni buscan influir en el contenido editorial de los medios ni la prensa**
- ◆ **la ley no permite que los actores estatales se tomen el control de los medios en una emergencia**

Medios de verificación

- Cualquier ley o política sobre la independencia editorial que coincida con las normas internacionales
- Evidencia de interferencia en la toma de decisiones editoriales por actores estatales o particulares
- Informes por organismos con credibilidad sobre cuestiones de independencia editorial

1.4 EL DERECHO DE PERIODISTAS A PROTEGER A SUS FUENTES SE GARANTIZA EN LAS LEYES Y SE RESPETA EN LA PRÁCTICA

- ◆ **las/los periodistas pueden proteger la confidencialidad de sus fuentes sin temor de enjuiciamiento ni hostigamiento**

Medios de verificación

- Casos documentados de que periodistas hayan sido obligados a divulgar sus fuentes
- Cualquier garantía legal de la confidencialidad de las fuentes que coincida con las normas internacionales
- Evidencia de que organizaciones mediáticas o asociaciones profesionales defiendan activamente el derecho de proteger sus fuentes

1.5 EL PÚBLICO Y LAS ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL (OSC) PARTICIPAN DE LA FORMULACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS QUE RIGEN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- ◆ **El Estado crea oportunidades genuinas para la consulta con actores/as no estatales sobre la legislación y las políticas públicas sobre los medios de comunicación social**

Medios de verificación

- Evidencia del compromiso del gobierno de trabajar con la sociedad civil para desarrollar legislación y políticas sobre los medios (por ejemplo, conferencias, seminarios, foros públicos, participación oficial en los debates trasmitidos o impresos)

FUENTES DE DATOS

Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos, Relator Especial sobre la Libertad de Expresión: www.achpr.org/english/_info/index_free_exp_en.html

Artículo 19, Access to the Airwaves: Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation, Marzo 2002: www.article19.org/pdfs/standards/accessairwaves.pdf

La Recomendación (2000) 7 del Consejo de Europa sobre el Derecho de las y los periodistas a no divulgar sus fuentes de información: www.humanrights.coe.int/media/index.htm

Freedominfo.org – red en-línea de defensores/as de la libertad de información: Freedom of Information Around the World 2006: a global survey of access to government records laws: www.freedominfo.org/documents/global_survey2006.pdf

Campaña de la Federación Internacional de Periodistas sobre la protección de las fuentes: www.ifj-europe.org/default.asp?Issue=EFJsources&Language=EN

Red Internacional de Periodistas – encuesta mundial sobre las leyes mediáticas: www.ijnet.org/Director.aspx?P=MediaLaws

Red Internacional de Periodistas – directorio internacional de disposiciones constitucionales sobre los medios de comunicación social: www.ijnet.org/Director.aspx?P=MediaLaws&cat=2

Índice de Sustentabilidad Mediática: www.irex.org/msi

Relator Especial de la Organización de Estados Americanos para la Libertad de expresión: www.cidh.org/Relatoria/index.asp?lID=1

Representante de la Organización para la Seguridad y Cooperación en Europa (OSCE) sobre los Medios: www.osce.org/fom

PNUD, The Right to Information – Practical Guidance Note, 2004, por Andrew Puddephatt: www.undp.org/oslocentre/docs04/Right%20to%20Information.pdf

UNESCO, Libertad de Información: Comparación Jurídica por Toby Mendel, 2003: www.article19.org/docimages/1707.pdf

Relator Especial de las Naciones Unidas sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y expresión: www.ohchr.org/english/issues/opinion/index.htm

Comité Mundial para la Libertad de la Prensa: www.wpfc.org

Las mejores fuentes sobre las ***obligaciones consagradas por tratados*** son las páginas Web de las organizaciones internacionales – la ONU o entidades regionales pertinentes. Éstas llevan los detalles de cada tratado, incluyendo los países que han suscrito, ratificado o planteado alguna exención para sus obligaciones, conjuntamente con los comentarios generales de los organismos del tratado sobre su ejecución.

Además, los varios relatores internacionales y regionales para la libertad de expresión publican informes sobre países específicos.

Los principales instrumentos internacionales sobre la libertad de expresión e información son: Carta Africana sobre los Derechos Humanos y de los Pueblos, Artículo 9: www.achpr.org/english/_info/charter_en.html

Convención Americana sobre los Derechos Humanos, Artículo 13: www.oas.org/juridico/english/Treaties/b-32.htm

Convención Europea para la Protección de los Derechos Humanos y Libertades Fundamentales: http://conventions.coe.int/treaty/Commun/QueVoulezVous.asp?CL=ENG&NT=005

Pacto Internacional sobre los Derechos Civiles y Políticos (ICCPR), Artículo 19: www.unhchr.ch/html/menu3/b/a_ccpr.htm

Declaración Universal de Derechos Humanos, Artículo 19: www.un.org/Overview/rights.html

Para datos sobre las **leyes nacionales** y **garantías constitucionales nacionales**, las fuentes incluyen: bibliotecas nacionales, comisiones jurídicas, registros oficiales del parlamento y registros del gobierno.

B . SISTEMA PARA REGULAR LOS MEDIOS DIFUSIVOS

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

Hay varios principios rectores aplicables a todas las entidades públicas que ejercen su autoridad en las áreas de la reglamentación de la radio y televisión y/o las telecomunicaciones, incluyendo las entidades que emiten licencias y manejan los reclamos del público. Estos principios se expresan en las cinco declaraciones de la UNESCO sobre Promover a los Medios Independientes y Pluralistas, avaladas por las Conferencias Generales de la Organización así como en textos adoptados por otras entidades intergubernamentales y asociaciones de profesionales independientes. (Access to the Airwaves, publicado por Artículo 19, es un excelente resumen.)

El sistema regulador existe para cuidar el interés público. Los órganos reguladores deben gozar de autonomía e independencia de la interferencia política o comercial y sus integrantes deben elegirse mediante un proceso transparente y democrático. Sus atribuciones y responsabilidades deben establecerse por la ley, incluyendo los requisitos legales explícitos para promover la libertad de expresión, diversidad, imparcialidad y el libre flujo de la información. La autoridad reguladora debe contar con los recursos necesarios para cumplir con su papel. También debe rendir cuentas ante el público, normalmente por intervención de la legislatura.

Debe haber evidencia de que el órgano regulador ejerce sus atribuciones y responsabilidades, por ejemplo aplicando sanciones proporcionales para proteger al interés público.

INDICADORES CLAVE

1.6 LA INDEPENDENCIA DEL SISTEMA REGULADOR SE GARANTIZA EN LAS LEYES Y SE RESPETA EN LA PRÁCTICA

- **garantías legislativas explícitas de la autonomía e independencia de la interferencia partidista o comercial**
- **garantías legislativas de la independencia del órgano regulador**
- **atribuciones y responsabilidades del órgano regulador establecidas claramente en la ley**
- **los integrantes del órgano regulador son elegidos mediante un proceso transparente y democrático diseñado para minimizar el riesgo de la interferencia partidista o comercial (por ejemplo, con reglas establecidas sobre la incompatibilidad y elegibilidad)**
- **se garantiza un financiamiento adecuado y consistente para el órgano regulador mediante disposición legal para salvaguardar su independencia y/o protegerlo de las presiones presupuestarias coercitivas**

Medios de verificación

– Alguna ley pertinente sobre el rol, la composición y el financiamiento de la autoridad reguladora

– Alguna disposición constitucional pertinente sobre la independencia del órgano regulador

– Informes de organismos con credibilidad sobre la autonomía institucional efectiva del órgano regulador

1.7 EL SISTEMA REGULATORIO FUNCIONA PARA ASEGURAR EL PLURALISMO DE LOS MEDIOS Y LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN E INFORMACIÓN

- **el órgano regulador tiene la obligación formal de rendir cuentas al público**

- **el órgano regulador tiene la competencia para asegurar que el sector de radio y televisión funcione de manera justa, pluralista y eficiente y se empodera mediante la ley para promover la justicia, la libertad de expresión, de criterios y de propiedad, la programación de servicio público y la accesibilidad de los servicios difusivos para el público en general.**

Medios de verificación

– Alguna ley pertinente que exige que el órgano regulador promueva el pluralismo y la libertad de expresión e información en los medios

– Informes de organismos con credibilidad sobre la eficacia del regulador cumpliendo estos objetivos

– Evidencia de la intervención reguladora para asegurar medios libres y pluralistas

FUENTES DE DATOS

Red de Autoridades Reguladoras Africanas de la Comunicación: www.acran.org/index.en.php

Artículo 19, Access to the Airwaves: Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation, Marzo 2002: www.article19.org/pdfs/standards/accessairwaves.pdf

Artículo 19, Broadcasting Pluralism and Diversity: Training Manual for African Regulators, 2006: www.article19.org/pdfs/tools/broadcasting-manual.pdf

Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras (EPRA): www.epra.org/content/english/index2.html

EPRA – directorio de entidades reguladoras de radio y televisión en todo el mundo: www.epra.org/content/english/authorities/regulation.html

UNESCO y la Asociación Mediática de la Mancomunidad: Guidelines for Broadcasting Regulation por Eve Salomon, 2006: http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=21345&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

C . LEYES SOBRE LA DIFAMACIÓN Y OTRAS RESTRICCIONES LEGALES SOBRE PERIODISTAS

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

Las leyes sobre la difamación y otras restricciones varían ampliamente de un país a otro. En algunos países, hay un código específico sobre la difamación. Más comúnmente, se encuentran los artículos sobre la difamación en legislación general como el código civil o penal. Los tribunales civiles son los competentes para tratar los informes mediáticos que sean injustos, inexactos, o perjudiciales, especialmente cuando se perjudican las reputaciones y modos de sustento de las/los ciudadanos normales.

Las leyes contra la difamación existen para proteger a los individuos de las insinuaciones falsas que perjudiquen su buen nombre. Sin embargo, *Defamation ABC* de Artículo 19 anota que, en muchos países, la ley contra la difamación presenta "restricciones innecesariamente e injustificablemente amplias sobre la libertad de expresión". Artículo 19 explica que las leyes contra la difamación pueden establecer una definición demasiado amplia; pueden no disponer protecciones jurídicas adecuadas; pueden implicar costos prohibitivos para la defensa, o imponer castigos excesivos para su infracción, como sanciones penales o multas aplastantes.

Las leyes draconianas o mal definidas pueden inhibir a la ciudadanía, impidiendo que exprese sus criterios, llevando además a la auto-censura en los medios. Los relatores de la ONU consideran que las leyes penales contra la difamación son injustificadas ya que los códigos civiles son suficientes para proteger el buen nombre de los individuos.

Las leyes contra la difamación pueden utilizarse para inhibir el debate público o las críticas de las entidades públicas o del jefe de Estado. En algunos países el castigo por difamar a estos poderosos actores sociales – o, por ejemplo, las banderas u otros símbolos nacionales – puede ser más severo que en otros casos, o es posible que estos actores sean demasiados propensos al litigio como medio para evadir el escrutinio público.

Otras restricciones legales injustificadas sobre los medios pueden incluir barreras que limitan quién puede ser periodista y esquemas engorrosos para la acreditación, registro o licencia.

Además, pueden existir leyes que permitan a los ministros amplia discreción para restringir la actividad mediática en áreas que se prestan para definiciones cambiantes y subjetivas, como el orden público, la moral pública, la blasfemia, el secreto oficial, el insulto o la sedición. De hecho, tales artículos pueden quedar dentro de la ley contra la difamación (erróneamente), causando confusión y ofreciendo más espacio para el abuso oficial. En los años recientes, las preocupaciones sobre la seguridad nacional han aflorado, produciendo restricciones indebidas sobre la libertad de expresión y la libertad de los medios. Los temas contenciosos como la blasfemia y las restricciones para resguardar las sensibilidades religiosas también van en aumento.

En general, cualquier restricción legal sobre los medios debe ser lo que consideran las cortes como necesaria en una sociedad democrática: deben constituir una respuesta a un asunto apremiante de interés público, definirse lo más precisamente posible para servir dicho interés público, impedir al mínimo posible la libertad de expresión y ser proporcional en su alcance y las sanciones aplicables. Estos principios rectores permiten aplicar restricciones justificables sobre los medios, como por ejemplo leyes que prohíben la expresión del odio o protegen la privacidad individual.

INDICADORES CLAVE

1.8 EL ESTADO NO COLOCA RESTRICCIONES JURÍDICAS INNECESARIAS SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- **no hay disposiciones legislativas que dicten quiénes pueden ejercer el periodismo o requieran que los periodistas tengan licencia o registro**
- **procedimientos justos y de ejecución transparente de acreditación para la cobertura de las funciones y entidades oficiales.**

Medios de verificación

- Evidencia de esquemas de registro o licencia u otros obstáculos que impiden ingresar a la profesión periodística
- Reglas que rigen sobre los esquemas de acreditación y su transparencia
- El libelo y la difamación se tratan en el sistema jurídico como asuntos civiles y no penales

1.9 LAS LEYES SOBRE LA DIFAMACIÓN IMPONEN LAS RESTRICCIONES MÍNIMAS QUE SEAN NECESARIAS PARA PROTEGER EL BUEN NOMBRE DE LOS INDIVIDUOS

- **las leyes contra la difamación no inhiben el debate público sobre las actuaciones de los funcionarios/as ni las entidades oficiales**
- **las leyes contra la difamación disponen suficientes defensas legales; por ejemplo, que la aseveración cuestionada fue una opinión, antes que una afirmación sobre los hechos; que la publicación o difusión de la aseveración cuestionada fue razonable o convenía al interés público, o que ocurrió durante una trasmisión en vivo y/o ante un tribunal o entidad electa**
- **las leyes contra la difamación disponen un régimen de recursos que permiten respuestas proporcionales a la publicación o difusión de afirmaciones difamatorias**
- **se define el ámbito de las leyes contra la difamación con la mayor precisión posible, incluyendo quiénes pueden entablar juicio**
- **las demandas por difamación no pueden ser planteados por entidades públicas, sean legislativas, ejecutivas o judiciales**
- **el cargo de la prueba corresponde al demandante en los casos sobre las actuaciones de los funcionarios públicos/as y otros asuntos de interés público**
- **hay una fecha razonable de vencimiento después de la cual las partes demandantes ya no pueden entablar juicio por una supuesta difamación**

1.10 OTRAS RESTRICCIONES SOBRE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN, SEAN BASADAS EN LAS LEYES SOBRE LA SEGURIDAD NACIONAL, LA EXPRESIÓN DEL ODIO, LA PRIVACIDAD, EL DESACATO O A LA OBSCENIDAD, DEBEN DEFINIRSE CLARA Y PRECISAMENTE EN LAS LEGISLACIONES, Y DEBEN SER JUSTIFICABLES. SEGÚN SEA NECESARIO EN UNA SOCIEDAD DEMOCRÁTICA, DE CONFORMIDAD CON EL DERECHO INTERNACIONAL

- **la seguridad nacional y otras leyes restrictivas no inhiben el debate público sobre los temas de preocupación pública**
- **alguna restricción se define con precisión en la legislación; es decir que no está susceptible de la discrecionalidad ejecutiva**
- **tales leyes deben estar sujetas a una excepción por el interés público cuando sea apropiada**

Medios de verificación

- Alguna ley pertinente contra la difamación que coincida con las normas internacionales de las mejores prácticas
- Evidencia de debate dentro la profesión periodística, y entre la profesión y la sociedad civil en general, sobre las leyes contra la difamación

- Se ha documentado la medida en que los medios de comunicación social pueden, en la práctica, criticar a los funcionarios u organismos públicos sin represalias jurídicas

- Los procedimientos legales relacionados con la difamación

- Alguna ley pertinente que restrinja la libertad de expresión por motivo de la seguridad nacional, la expresión del odio, etc.

- Algún caso jurídico que demuestre una vigilancia efectiva a las leyes restrictivas

FUENTES DE DATOS

Artículo 19 – *Defamation ABC: a Simple Guide to Key Concepts of Defamation Law*: www.article19.org/pdfs/tools/defamation-abc.pdf

Artículo 19 – otros recursos relacionados con la difamación, incluyendo los informes nacionales: www.article19.org/publications/global-issues/defamation.html

Guía sobre la Difamación del Consejo de Europa: http://i-policy.typepad.com/informationpolicy/2006/03/council_of_euro.html

Asociación Interamericana de Prensa – base de datos sobre las leyes atinentes a la prensa: www.sipiapa.org/projects/chapul-presslaws.cfm

Federación Internacional de Periodistas – recursos y enlaces relacionados con la difamación: www.ifj-asia.org/page/resources.html

Intercambio Internacional sobre la Libertad de Expresión: Campaña sobre las Leyes Penales contra el Insulto y la Difamación: http://campaigns.ifex.org/def/index.html

Red Internacional de Periodistas – encuesta mundial sobre las leyes mediáticas: www.ijnet.org/Director.aspx?P=MediaLaws

Instituto Mediático del África Austral y UNESCO, 2004: *Undue Restriction: Laws impacting on media freedom in the SADC*: www.misa.org/documents/undue.pdf

D . CENSURA

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

El derecho internacional permite la censura previa únicamente en circunstancias excepcionales como ante una amenaza inminente y específica a un interés nacional crucial. Alguna restricción a la libertad de expresión debe ser la manera menos restrictiva posible de proteger un justificable interés público, y debe definirse con precisión de manera proporcional a la protección de dicho interés. Algunos países que han firmado y ratificado tratados internacionales de libre expresión continúan, no obstante, imponiendo censura previa en desacato a su propia legislación o Constitución.

Ya que las noticias son un bien perecible, cualquier retraso en la publicación del contenido por los medios noticieros representa una grave afrenta a la libertad de expresión.

Las leyes son especialmente antagónicas a la libertad de expresión cuando sean extensas o mal definidas, por ejemplo cuando prohíben las publicaciones que podrían dañar el orden público, la moralidad o seguridad, o perjudicar las relaciones con un país extranjero. Los castigos excesivos, como multas altas o el cierre o la amenaza de cerrar a las organizaciones mediáticas generan el riesgo de alentar un clima de auto-censura. Por contraste, un sistema eficaz de auto-regulación mediática (véase la Sección 3.C Auto-regulación de los medios) hace innecesaria la intrusión del Estado.

Internet es un espacio relativamente nuevo para los esfuerzos oficiales de censurar el libre flujo de la información, y las OSC y organizaciones de libertad mediática están esforzándose por salvaguardarlo en el interés público. Los principios rectores incluyen la necesidad de sistemas de filtrado, bajo el control del/la usuario final, no de una empresa que presta servicios comerciales ni del Estado.

INDICADORES CLAVE

1.11 **LOS MEDIOS NO SE SOMETEN A LA CENSURA PREVIA NI POR EXIGENCIA LEGAL NI EN LA PRÁCTICA**

- **el contenido difundido o impreso no está sujeto a censura previa, ni del Gobierno ni de órganos reguladores**
- **se aplican las sanciones por el incumplimiento de las reglas relacionadas con el contenido únicamente después de que el material se haya difundido o publicado**
- **los medios difusivos e impresos no tienen ninguna obligación de registrarse ni obtener permiso de una entidad pública**
- **los medios difusivos e impresos no están susceptibles del cierre ni de la amenaza del cierre por su contenido**
- **no hay restricciones explícitas ni ocultas al acceso al papel periódico, a las redes de distribución o las casas editoriales**
- **Las multas de las infracciones de las reglas no son excesivas ni fuera de proporció, lo que funcionaría como una forma de censura**

Medios de verificación

– Alguna regulación o mecanismo oficial que permita o requiera la censura de los medios

– Informes por organismos con credibilidad y los medios sobre la censura de los medios

– Clausuras forzadas de periódicos, revistas o medios difusivos, y el número de libros o publicaciones prohibidos

1.12 **EL ESTADO NO PROCURA BLOQUEAR NI FILTRAR EL CONTENIDO DE INTERNET QUE PODRÍA CONSIDERARSE DELICADO O PERJUDICIAL**

- **El contenido de Internet no es bloqueado ni filtrado por el Estado por su contenido o fuente**
- **Los usuarios/as de Internet no están sujetos a sanciones por acceder ni publicar contenidos en Internet que sean considerados delicados o perjudiciales**
- **Las empresas que prestan servicios de Internet, los sitios de la Web, los blogs o quienes difundan por Internet no tienen ninguna obligación de registrarse ni obtener permiso de una entidad pública**

Medios de verificación

– Casos documentados de que los usuarios/as de Internet estén sujetos a sanciones por acceder ni publicar contenidos en Internet que sean considerados delicados o perjudiciales

– Casos documentados de cierres a la fuerza o la amenaza del cierre de sitios Web

– Los usuarios/as de Internet están sujetos a sanciones por acceder o publicar noticias u opiniones consideradas cuestionables

– Evidencia de actividad estatal bloqueando o filtrando sitios Web

FUENTES DE DATOS

Amnistía Internacional – campaña sobre la censura: http://irrepressible.info/

Artículo 19 – recursos y enlaces relacionados con la censura: www.article19.org/publications/global-issues/censorship.html

Comité para Proteger a las/los Periodistas: www.cpj.org

La Casa de la Libertad: www.freedomhouse.org

Instituto de la Libertad de Expresión (Sudáfrica) – programa anti-censura: www.fxi.org.za/Main%20Pages/anti_censorship.html

Gus Hosein, *Politics in the information society: the bordering and restraining of global data flows*, UNESCO 2005: http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=17659&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Human Rights Watch – informes nacionales, incluyendo información sobre la censura de los medios: http://hrw.org/

Índice de la Censura: www.indexonline.org

Intercambio Internacional sobre la Libertad de Expresión: información y actividades sobre la censura en Internet: www.ifex.org/en/content/view/full/235/

Alianza para la Libertad de Expresión en Internet – enlaces y recursos relacionados con la censura en Internet: www.ifea.net

Foro de Gobernabilidad en Internet – respalda a la Secretaría-General de la ONU en su cumplimiento del mandato de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información: www.intgovforum.org

Proyecto de Gobernabilidad en Internet – consorcio internacional de académicos y actores/as en materia de gobernabilidad y políticas de Internet: www.internetgovernance.org

Red del Periodismo – noticias sobre la censura: www.journalismnet.com/media/censorship.htm

Libertus.net – enlaces internacionales relacionados con las leyes de censura en Internet http://libertus.net/censor/resources.html#Global

Reporteros/as sin Fronteras: www.rsf.org

2

Pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad

INDICADORES CLAVE

A CONCENTRACIÓN DE LOS MEDIOS

2.1 El Estado toma medidas positivas para promover a los medios pluralistas de comunicación social

2.2 El Estado asegura el cumplimiento con las medidas para promover a los medios pluralistas

B UNA MEZCLA DIVERSA DE MEDIOS PÚBLICOS, PRIVADOS Y COMUNITARIOS

2.3 El Estado promueve activamente una mezcla diversa de medios públicos, privados y comunitarios

2.4 Sistema regulador independiente y transparente

2.5 El Estado y las OSC promueven activamente el desarrollo de los medios comunitarios

C ASIGNACIÓN DE LICENCIAS Y ESPECTRO RADIOMAGNÉTICO

2.6 El plan estatal para la asignación del espectro asegura un aprovechamiento óptimo en el interés público

2.7 El plan estatal para la asignación del espectro promueve la diversidad de propiedad y de contenidos

2.8 Sistema regulador independiente y transparente

D IMPUESTOS Y REGULACIÓN EMPRESARIAL

2.9 El Estado utiliza los impuestos y la regulación empresarial para fomentar el desarrollo mediático de una manera no discriminatoria

E PUBLICIDAD

2.10 El Estado no discrimina mediante su política publicitaria

2.11 Se regula la publicidad en los medios de manera eficaz

Categoría

2 Pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad

A. CONCENTRACIÓN DE LOS MEDIOS

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

La indebida concentración de la propiedad podrá evitarse de varias maneras. Los gobiernos pueden adoptar reglas tendientes a limitar la influencia que puede ejercer un individuo, una familia, compañía o grupo en uno o más sectores mediáticos, y a asegurar un número suficiente de opciones mediáticas diversas.

Tales reglas podrán incluir umbrales en base a criterios objetivos, como la participación del público, la circulación, el volumen de ingresos brutos / netos, la distribución del capital accionario o los derechos de voto de los accionistas.

Tales reglas podrán tomar en cuenta, además, tanto la integración horizontal (fusiones dentro de una misma rama de actividad) como la vertical (control por una persona, compañía o grupo de elementos clave de los procesos de producción y distribución, y de actividades relacionadas como la publicidad).

La forma exacta de esa regulación dependerá del tamaño y nivel de desarrollo del mercado mediático nacional, regional o local al cual se aplica.

Donde no existan leyes pertinentes, debe investigarse si existe algún anteproyecto de legislación, si existe un cronograma realista para ejecutarlo, y si la ley propuesta cumple con las normas internacionales.

Adicionalmente, la ley debe tener incentivos para motivar su cumplimiento. Las autoridades responsables de ejecutar las leyes deben contar con las atribuciones suficientes para cumplir su papel, mantener su independencia y operar libres de las presiones políticas. En particular, deben tener el poder de hacer desinvertir en las operaciones mediáticas cuando se amenace la pluralidad o se alcancen niveles inaceptables de concentración, e imponer sanciones cuando sean requeridas. Debe haber evidencia de que estas atribuciones se ejercen de manera apropiada.

Las normas internacionales y regionales de las mejores prácticas ofrecen un referente para poder evaluar las medidas nacionales. Véase especialmente las recomendaciones del Consejo de Europa del 2007 sobre el pluralismo de los medios y la diversidad del contenido mediático.

La existencia de leyes y regulaciones contra la concentración y la evidencia de su ejecución es un asunto verificable en los registros concretos. El análisis de los contenidos que vincula la toma de decisiones editoriales con la propiedad puede contener elementos cuantitativos y cualitativos. Por ejemplo, se puede medir cuánto tiempo al aire se concede a un partido político en particular, o pueden aplicarse criterios cualitativos para evaluar si el medio tiene un sesgo determinado por motivo de la identidad de su propietario.

INDICADORES CLAVE

2.1 EL ESTADO ASEGURA EL CUMPLIMIENTO CON LAS MEDIDAS PARA PROMOVER A LOS MEDIOS PLURALISTAS

- **regulaciones eficaces para impedir la indebida concentración de la propiedad y promover la pluralidad**
- **slegislación específica sobre la propiedad cruzada dentro de los medios y entre la radio / televisión y otros sectores mediáticos para impedir la dominación del mercado**
- **las regulaciones reconocen la distinción entre los actores pequeños y grandes en el mercado mediático**
- **disposiciones de transparencia y divulgación para las empresas mediáticas con relación a la propiedad, las inversiones y las fuentes de ingresos**
- **el trámite de licencia para asignar las frecuencias específicas a difusores individuales promueve la diversidad de propiedad y del contenido de la programación de los medios**
- **cumplimiento con las normas internacionales**
- **las autoridades responsables de ejecutar las leyes anti-monopolios cuentan con las atribuciones suficientes, por ejemplo para negar las solicitudes de licencias y para exigir la desinversión en las operaciones mediáticas actuales cuando la pluralidad esté comprometida o se alcancen niveles inaceptables en la concentración de la propiedad**

- **el Gobierno trabaja activamente en el monitoreo y la evaluación de las consecuencias de la concentración de los medios**

2.2 EL ESTADO TOMA MEDIDAS POSITIVAS PARA PROMOVER A LOS MEDIOS PLURALISTAS

- **los órganos reguladores aplican las leyes anti-monopolios para negar algunas solicitudes de licencias o para obligar operaciones mediáticas existentes a desinvertir para evitar las concentraciones excesivas de propiedad de los medios**

- **grupos de la sociedad civil y la ciudadanía en general participa activamente de la promoción y ejecución de las medidas para fomentar el pluralismo mediático**

- **los órganos reguladores asignan las licencias digitales a una diversa gama de operadores comerciales y no comerciales**

Medios de verificación

– declaraciones oficiales y páginas Web de las autoridades reguladoras nacionales de las comunicaciones que exponen las reglas para la propiedad de los medios y detalla sus actividades y responsabilidades

– Informes por organismos con credibilidad (nacionales e internacionales, ONGs/OSC, sindicatos) sobre la ejecución de las medidas para evitar la indebida concentración de la propiedad

– El análisis de los contenidos por los organismos con credibilidad que vincula el contenido editorial de los medios con su propiedad (por ejemplo, el Proyecto de Calidad Mediática de la Federación Internacional de Periodistas)

– Informes sobre la concentración de los medios dentro de los medios nacionales

– Alguna ley pertinente que regule la asignación de licencias digitales y la evidencia de su ejecución

– Declaraciones oficiales y Páginas Web de las autoridades reguladoras nacionales de las comunicaciones que establecen las regulaciones para la difusión digital

– Informes por OSC sobre la concentración de los medios y las medidas estatales para promover la diversidad de propiedad

– Evidencia del compromiso del Gobierno con la sociedad civil mediante canales verdaderos de concertación.

FUENTES DE DATOS

Artículo 19 – análisis específicos para cada país de la legislación que rige sobre la concentración de los medios: www.article19.org

Columbia Journalism Review – *Who Owns What*: guía en-línea a la propiedad de las principales empresas mediáticas: www.cjr.org/tools/owners

Consejo de Europa: *Recomendación CM/Rec (2007) 2 del Comité de Ministros para los Estados Miembros sobre el pluralismo en los medios y la diversidad de sus contenidos* (adoptada el 31 de enero del 2007): https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1089699&BackColorInternet=9999CC&BackColorIntranet=FFBB55&BackColorLogged=FFAC75

Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras (EPRA): www.epra.org/content/english/index2.html

EPRA – directorio internacional con vínculos en la Web con las autoridades reguladoras nacionales: www.epra.org/content/english/authorities/regulation.html

Federación Internacional de Periodistas – Proyecto de Calidad Mediática ante la Creciente Concentración de la Propiedad de los Medios: www.ifj.org/default.asp?Index=3901&Language=EN

Federación Internacional de Periodistas, *Media Power in Europe: The Big Picture of Ownership* (2006): www.ifj.org/default.asp?Index=3671&Language=EN

Federación Internacional de Periodistas, *Who's in Control: a primer for the roundtable discussion on global media – threats to free expression*; contiene un directorio de organizaciones y redes que libran campañas en materia de la concentración mediática: www.ifj.org/pdfs/whosincontrol.pdf

Intercambio Internacional sobre la Libertad de Expresión: – información sobre la concentración de los medios: www.ifex.org/en/content/view/full/238/

Fundación Medios y Sociedad, Norma Internacional, Sistemas de Gestión de Calidad – Requisitos para la prensa, ISAS P 9001:2005: www.media-society.org/download/ISAS%20P%209001%20Standard%20English-French.pdf

Fundación Medios y Sociedad, Norma Internacional, Sistemas de Gestión de Calidad – Requisitos para la Radio, Televisión y producción de contenidos para Internet, ISAS BC 9001:2003: www.mediasociety.org/download/ISAS%20BC%209001%20Standard%20English.pdf

Instituto Mediático de África Austral – Broadcasting Diversity and ICTs: www.misa.org/broadcasting.html

Índice de Sustentabilidad Mediática: www.irex.org/msi

Media Watch Global: www.mwglobal.org

Open Society Institute – Programa mediático: www.soros.org/initiatives/media

Open Society Institute, *Television across Europe: regulation, policy and independence* (2005); www.eumap.org/topics/media/television_europe

B. UNA MEZCLA DIVERSA DE MEDIOS PÚBLICOS, PRIVADOS Y COMUNITARIOS

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

Las medidas estatales para asegurar una mezcla diversa de medios difusivos e impresos públicos, privados y comunitarios presentan una amplia variedad a nivel internacional. Los medios comunitarios suponen independencia, por ser propiedad de las comunidades que los operan.

En algunos países, no hay ni normas específicas sobre los medios comunitarios, ni reconocimiento legal del servicio cuando exista. En tal caso, los medios comunitarios sin fines de lucro se ven obligados a operar dentro del marco jurídico de los medios particulares, sometidos a las fuerzas del mercado. Algunos países no brindan ni este nivel de reconocimiento, y el Estado puede castigar a los medios comunitarios que no tengan autorización en este vacío sin legislación apropiada.

En otros casos, ninguna ley regula a los medios en general, o hay una ley obsoleta. En tales casos, se puede buscar la evidencia de cómo se asignan las frecuencias en los lineamientos administrativos o políticos.

La Iniciativa Africana de Desarrollo Mediático (2006) del Fideicomiso del Servicio Mundial de la BBC demuestra esta diversidad de marcos jurídicos. De los 17 países encuestados, tan sólo uno (Sudáfrica) contaba con legislación para conceder licencias independientes a la radio y televisión comunitarias. Otro más (la República Democrática del Congo) estaba elaborando una disposición jurídica en este sentido. Cinco más no contaban con ninguna disposición legal, y otros 10 tenían disposiciones políticas o reconocimiento jurídico en forma parcial para las emisoras comunitarias, pero con poco o nada de apoyo para los medios comunitarios.

Las prácticas específicas para adjudicar las frecuencias radiales pueden variar, asimismo, de un país a otro. Puede ser que se entreguen las licencias mediante una licitación, posiblemente dependiendo de la capacidad de la persona solicitante para cumplir con ciertos requisitos, o puede ser que se rematen al más alto postor, o incluso se repartan al azar. Las subastas impiden el desarrollo de medios pluralistas porque tienden a favorecer a las personas solicitantes que más recursos financieros tengan.

Cuando la radio comunitaria tiene reconocimiento jurídico, es posible que el Estado aliente la asignación de las frecuencias a medios comunitarios controlados por grupos marginados y que atienden a dichos grupos, por ejemplo a las mujeres o a una comunidad minoritaria específica. Esto podrá lograrse poniendo objetivos o cupos específicos.

Los medios comunitarios impresos también constituyen una parte clave de una ecología mediática saludable. El Estado y las OSC pueden ayudarles a prosperar a la prensa comunitaria, prestando su apoyo para el fortalecimiento de sus capacidades, y el apoyo indirecto de los servicios básicos del Estado o sus organizaciones financieras (véase por ejemplo el mandato de la Agencia de Desarrollo y Diversidad Mediáticos en Sudáfrica – www.mdda.org.za). En cambio, se puede hostigar a los medios comunitarios, por ejemplo, imponiendo costos prohibitivos para nuevos títulos, y dejando de contratar publicidad por parte del Gobierno.

En general, lo mejor es lograr una diversidad de medios públicos, comunitarios y particulares mediante medidas legales, financieras y administrativas, con disposiciones específicas para alentar a los medios comunitarios y, en el sector de radio y televisión, asignando justa y equitativamente el espectro.

El marco institucional relacionado con un entorno mediático equilibrado es fácil de averiguar concretamente: los planes nacionales de frecuencias constan en Internet o mediante las páginas Web de los órganos reguladores nacionales.

Sin embargo, los datos sobre cómo se aplica el marco institucional pueden ser más difíciles de conseguir. También pueden complicarse las evaluaciones con problemas de definición. Por ejemplo, puede resultar que los medios descritos como "comunitarios" sean en realidad de propiedad comercial o estatal, u operados por dichos intereses. Por otro lado, puede ser que las encuestas a los medios excluyan a los medios comunitarios no autorizados, incluso cuando cumplan un propósito social útil.

INDICADORES CLAVE

2.3 EL ESTADO PROMUEVE ACTIVAMENTE UNA MEZCLA DIVERSA DE MEDIOS PÚBLICOS, PRIVADOS Y COMUNITARIOS

- **el Estado no discrimina entre los medios públicos, privados y comunitarios al conceder acceso a la información**

- **cuando la regulación de radio y televisión incluye la difusión digital, se conceden licencias automáticamente a las emisoras de servicio público para hacer trasmisión digital**

- **el Estado no impone pagos previos u otras restricciones para los nuevos títulos impresos, aparte de los requisitos normales para las operaciones comerciales**

Medios de verificación

– Declaraciones oficiales y páginas Web de los órganos reguladores, que establecen los procedimientos para asignar las frecuencias entre medios públicos, privados y comunitarios (incluyendo, cuando sea pertinente tenerlas, cuotas o metas para los medios comunitarios)

– Planes nacionales publicados para la asignación de las frecuencias, canales y anchos de banda

– Informes por organismos con credibilidad sobre las disposiciones legislativas u otras para asegurar una ecología mediática equilibrada, incluyendo medidas para promover a los medios comunitarios, tanto impresos como difusivos

– Evidencia de ejecución de dichas medidas, por ejemplo, el monitoreo de cómo se adjudican las licencias, cómo se asignan los recursos estatales incluyendo la publicidad pagada, cómo se respeta en la práctica el derecho a la información

2.4 SISTEMA REGULADOR INDEPENDIENTE Y TRANSPARENTE

- **el sistema regulador asegura un acceso equitativo al espectro de frecuencias para una gama pluralista de medios, incluyendo los comunitarios**

- **los procesos de toma de decisiones sobre la asignación de frecuencias entre medios públicos, privados y comunitarios son abiertos y participativos**

- **los procesos de toma de decisiones sobre la asignación de frecuencias entre medios públicos, privados y comunitarios son vigilados por un órgano libre de interferencia o control político ni comercial por ningún interés creado**

Medios de verificación

– Planes nacionales publicados para la asignación de las frecuencias, canales y anchos de banda

– Declaraciones oficiales y páginas Web de los órganos reguladores, que establecen los procedimientos para asignar las frecuencias entre medios públicos, privados y comunitarios (incluyendo, cuando sea pertinente tenerlas, cuotas o metas para los medios comunitarios)

– Informes por organismos con credibilidad sobre la independencia y transparencia de la función reguladora

2.5 **EL ESTADO Y LAS OSC PROMUEVEN ACTIVAMENTE EL DESARROLLO DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS**

- **la estructura de los precios de las licencias de trasmisión no es prohibitiva para los medios comunitarios**

- **cuotas o metas específicas para reservar parte del espectro radiomagnético para los medios comunitarios**

- **mecanismos como audiencias públicas para que las comunidades consignen su mandato a un medio comunitario y para renovar ese mandato a intervalos regulares**

- **una proporción de los ingresos de la venta del espectro y de las licencias de cable y telecomunicaciones se reinvierte en los medios comunitarios**

- **medidas estatales positivas para apoyar a los medios comunitarios impresos y difusivos, por ejemplo, precios preferenciales, tarifas descontadas**

- **las OSC ayudan a los medios comunitarios impresos y difusivos mediante, por ejemplo, fortalecimiento de capacidades, fondos semilla, financiamiento para superar emergencias, incidencia (véase por ejemplo la Asociación de Editoriales Independientes en Sudáfrica www.independentpublisher.org)**

Medios de verificación

– Evidencia de la prosperidad u otra condición de medios comunitarios, por ejemplo, datos que muestran si los medios comunitarios recién creados tienen un índice alto de quiebra, si el número de medios comunitarios está aumentando o disminuyendo, el número y alcance de los medios comunitarios impresos

– Niveles de inversión pública en los medios comunitarios y si suben o bajan

– Existencia de cuotas o metas para la asignación de frecuencias a medios comunitarios

FUENTES DE DATOS

Artículo 19, *Access to the Airwaves: Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation*, Marzo 2002: www.article19.org/pdfs/standards/accessairwaves.pdf

Fideicomiso del Servicio Mundial de la BBC, *Iniciativa Africana para el Desarrollo de los Medios* (2006): www.bbc.co.uk/worldservice/trust/specials/1552_trust_amdi/index.shtml

Unión de Prensa de la Mancomunidad (CPU): www.cpu.org.uk

Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras (EPRA): www.epra.org/content/english/index2.html

EPRA – directorio internacional de autoridades reguladoras: www.epra.org/content/english/authorities/regulation.html

Instituto Europeo de Normas para las Telecomunicaciones: www.etsi.org/

regulateonline.org: Diálogo Mundial sobre la Regulación para las Economías de Red – información y recursos sobre la reforma reglamentaria, incluyendo las iniciativas pro-pobres: www.regulateonline.org/index.php

UNESCO y la Asociación Mediática de la Mancomunidad, *Guidelines for Broadcasting Regulation*, por Eve Salomon, 2006: http://portal.unesco.org/ci/en/files/21345/11399384219Guidelines_for_Broadcasting_Regulation.pdf/Guidelines+for+Broadcasting+Regulation.pdf

UNESCO, *Legislation on Community Radio Broadcasting: comparative study of the legislation of 13 countries*, 2003: http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001309/130970e.pdf

Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC): http://www.amarc.org

Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información: www.itu.int/wsis/search/index.html

C. ASIGNACIÓN DE LICENCIAS Y ESPECTRO RADIOMAGNÉTICO

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

El ámbito de la asignación de las licencias y el espectro tiene elementos en común con la sección anterior en cuanto a asegurar una variedad diversa de medios públicos, particulares y comunitarios, ya que la adjudicación de licencias y frecuencias es un importante factor determinante de la ecología mediática en general por lo tanto, el contexto expuesto ya también es aplicable a esta categoría. Las licencias permiten lograr una mayor diversidad – hay que tomar en cuenta la diversidad al entregar licencias a los medios. También es importante no sólo asegurar la asignación equitativa de licencias entre los diferentes tipos de medios sino también asignar suficientes frecuencias para los medios de comunicación social (en lugar de los usos competidores, particularmente las telecomunicaciones). Ya que dicho sector es capaz de generar enormes utilidades, usualmente las empresas de telecomunicaciones podrán pagar más que los medios, de modo que en un reparto mercantil se perjudicarán los medios.

La Unión Internacional de las Telecomunicaciones (UIT) establece un marco mundial para el aprovechamiento óptimo del espectro de radiofrecuencias. Fija normas para manejar la asignación espectral y gestiona el sistema mundial de las asignaciones. Los planes nacionales deben seguir las reglas de la UIT para asegurar un aprovechamiento óptimo del espectro para el país.

Access to the Airwaves por Artículo 19 ofrece un resumen útil de las mejores prácticas con relación a la adjudicación de las licencias. Además, otra publicación de Artículo 19: Broadcasting Pluralism and Diversity: Training Manual for African Regulators plantea de manera útil los argumentos relacionados con la digitalización y la convergencia de los medios y las telecomunicaciones. Estos fenómenos relacionados – el desarrollo de nuevos formatos digitales para empaquetar la información y el potencial para que un elemento sea trasmitido de múltiples maneras – plantean desafíos para las formas tradicionales de reglamentar los medios, que datan desde la época análoga. Sin embargo, debe anotarse que la digitalización no ha terminado de establecerse en muchas partes del mundo, donde la mayoría de los medios todavía utilizan señales análogas o "terrestres". Aun cuando la digitalización crea un espectro efectivamente más grande, todavía es necesario reglamentar los medios, para asegurar un equitativo acceso público a la información, y la diversidad de propiedad y contenidos.

Así como en las demás categorías, debe diferenciarse entre los marcos institucionales y la cultura política reinante. En algunos países, aun cuando existan la legislación, los procedimientos de asignación de licencias y los órganos reguladores, no operan de la manera en que fueron concebidos, sea por la interferencia política o comercial, la falta de voluntad política, la incapacidad institucional o una combinación de estos factores.

INDICADORES CLAVE

2.6 EL PLAN ESTATAL PARA LA ASIGNACIÓN DEL ESPECTRO ASEGURA UN APROVECHAMIENTO ÓPTIMO EN EL INTERÉS PÚBLICO

- **la autoridad reguladora tiene un plan para la asignación espectral que cumple con las reglas de la UIT y las recomendaciones de la UNESCO sobre las disposiciones para los medios de servicio público**
- **el plan fue establecido en consulta con las OSC y con el sector mediático**
- **el plan está publicado y ampliamente difundido**

Medios de verificación

- Planes nacionales publicados para la asignación de las frecuencias, canales y anchos de banda
- Disposiciones legislativas para la adjudicación de las licencias mediáticas, incluyendo las condiciones, los plazos para la toma de decisiones e información publicada sobre los costos
- Evidencia de organismos con credibilidad sobre la ejecución de la asignación de licencias y frecuencias

2.7 EL PLAN ESTATAL PARA LA ASIGNACIÓN DEL ESPECTRO PROMUEVE LA DIVERSIDAD DE PROPIEDAD Y DE CONTENIDOS

- **el plan asegura que se compartan equitativamente las frecuencias de difusión entre los medios públicos, privados y comunitarios y entre los medios nacionales, regionales y locales**
- **no se requiere que las frecuencias se subasten al mayor postor si hay otros oferentes que representan un mejor servicio al interés público**
- **parte de cualquier dividendo digital debe asignarse como reinversión a los medios (es decir, no se venden al mayor postor todas las frecuencias que quedan libres)**
- **deben aplicarse algunas obligaciones a las empresas de comunicación satelitaria y por cable, para que tengan que incluir, al menos, canales de servicio público entre las opciones que ofrecen, así como la posibilidad de tales obligaciones para promover la diversidad (por ejemplo, a favor de canales minoritarios)**

Medios de verificación

– Planes nacionales publicados para la asignación de las frecuencias, canales y anchos de banda

– Evidencia de organismos con credibilidad sobre la ejecución de la asignación de licencias y frecuencias

– Evidencia de discriminación en la adjudicación de las licencias, por ejemplo, la exclusión formal o de facto de ciertos grupos por motivo de su religión, idioma o etnicidad

– Evidencia de que los medios comunitarios están prosperando o no; por ejemplo, datos que muestran si los medios comunitarios recién creados tienen un índice alto de quiebra, si los medios comunitarios sin licencia son sometidos a sanciones fuertes.

2.8 SISTEMA REGULADOR INDEPENDIENTE Y TRANSPARENTE

◆ **los procesos y decisiones sobre las licencias mediáticas son vigilados por una autoridad reguladora independiente, que cumple con las normas internacionales (véase la Sección 1.B Sistema Regulador)**

◆ **se evalúan las solicitudes de licencias mediáticas según criterios transparentes y objetivos que están establecidos en la ley**

◆ **los derechos a pagar por los diferentes tipos de licencias son transparentes y conocidos por anticipado**

◆ **los órganos reguladores hacen un monitoreo activo del uso de las frecuencias para asegurar que el uso efectivo cumpla con las condiciones estipuladas en la licencia.**

Medios de verificación

– Informes por organismos con credibilidad sobre la situación de los órganos reguladores y su independencia de los intereses comerciales o gubernamentales

– Disposiciones legislativas para la adjudicación de las licencias mediáticas, incluyendo las condiciones, los plazos para la toma de decisiones e información publicada sobre los costos

– Informes de organismos con credibilidad sobre la ejecución de la asignación de licencias y frecuencias

FUENTES DE DATOS

Artículo 19, Access to the Airwaves: *Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation*, Marzo 2002: www.article19.org/pdfs/standards/accessairwaves.pdf

Artículo 19, *Broadcasting Pluralism and Diversity: Training Manual for African Regulators*, June 2006: www.article19.org/pdfs/tools/broadcasting-manual.pdf

Artículo 19, *Broadcasting Policy and Practice in Africa*, 2003: www.article19.org/pdfs/publications/africa-broadcasting-policy.pdf

Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras – directorio internacional de autoridades reguladoras: www.epra.org/content/english/authorities/regulation.html

Unión Internacional de las Telecomunicaciones – Sector de las Comunicaciones Radiales: www.UIT.int/UIT-R/

Instituto Mediático del África Austral: *Licensing and Accreditation – the threat to media freedom in the SADC region*: www.misa.org/publications/Protocol%20Sadc.pdf

Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC): http://www.amarc.org

D. IMPUESTOS Y REGULACIÓN EMPRESARIAL

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

Esta sección examina los impuestos y la regulación empresarial, que pueden inhibir o fomentar el desarrollo mediático. Las empresas mediáticas particulares, así como los medios comunitarios, deben recibir un trato igualitario y equitativo bajo todas las leyes y regulaciones empresariales nacionales, incluyendo las reglas y prácticas tributarias, aduaneras, los costos y procedimientos de inscripción legal, y las normas laborales.

Ciertos regímenes tributarios pueden inhibir el crecimiento general de los medios, por ejemplo impuestos prohibitivos sobre los equipos mediáticos (como imprentas) o los fungibles (como papel) y los impuestos a las ventas aplicados a los medios impresos. Los impuestos y derechos impuestos selectivamente por los Estados pueden distorsionar el mercado mediático y favorecer a los medios controlados por el Estado o de sus simpatizantes.

Igualmente, el Estado puede ayudar a los medios a prosperar al establecer regímenes tributarios, aduaneros y arancelarios preferenciales para los medios y para comprar los equipos receptores (radios, televisores, computadoras, aparatos portátiles). El Estado también puede obviar o reducir los gravámenes directos a los medios.

El principio de la no discriminación es esencial: el Estado no debe utilizar los impuestos o la regulación empresarial como una manera de preferir a algunos medios sobre otros, sea por motivos políticos o comerciales.

INDICADORES CLAVE

2.9 EL ESTADO UTILIZA LOS IMPUESTOS Y LA REGULACIÓN EMPRESARIAL PARA FOMENTAR EL DESARROLLO MEDIÁTICO DE UNA MANERA NO DISCRIMINATORIA

- ◆ **regímenes tributarios, aduaneros y arancelarios preferenciales para fomentar el desarrollo de los medios difusivos e impresos**
- ◆ **el Estado no impone impuestos o gravámenes prohibitivos a las organizaciones mediáticas**
- ◆ **la política y práctica tributarias del Estado no discriminan contra los medios ni favorecen a algunos medios particulares específicos sobre los demás**

Medios de verificación

– Informes oficiales o sitios Web de las autoridades reguladoras nacionales y los servicios de rentas

– Evidencia de organismos con credibilidad sobre la ejecución de regímenes tributarios con relación al fomento del desarrollo mediático

– Evidencia de organismos con credibilidad sobre la ejecución de regímenes tributarios, particularmente con relación a la no discriminación entre los diferentes medios y la existencia de impuestos prohibitivos que pongan en desventaja a sectores mediáticos

E. PUBLICIDAD

La contratación de la publicidad gubernamental también puede inhibir o fomentar el pluralismo y desarrollo de los medios. Va más allá del alcance de esta sección examinar detalladamente la regulación del contenido publicitario. La publicidad financiada por el Estado puede ser una fuente esencial de ingresos en los países cuyo mercado publicitario comercial está incipiente. El principio de la no discriminación es esencial: el Estado no debe emplear la publicidad como herramienta para favorecer a ciertos medios por sobre otros, por motivos políticos ni comerciales. Ni tampoco los medios públicos deben ejercer una ventaja desleal sobre sus rivales comerciales ofreciendo la publicidad a precios por debajo del mercado.

El Estado podrá restringir el total de publicidad en aras de mantener la calidad de la programación. Sin embargo, los límites no deben ser tan estrictos que estrangulen el crecimiento del sector mediático; tampoco se debe poner a algún sector de los medios en desventaja injustamente. Los límites acordados en las regiones pueden servir como referente, por ejemplo la Convención Europea sobre la Televisión Transfronteriza.

2.10 EL ESTADO NO DISCRIMINA MEDIANTE SU POLÍTICA PUBLICITARIA

- ◆ **el Estado contrata la publicidad de manera justa, transparente y no discriminatoria, por ejemplo mediante un Código de Conducta**
- ◆ **la asignación de la publicidad del gobierno se somete a un monitoreo estricto para asegurar que sea justo el acceso para todos los medios**

- **los medios de servicio público están sujetos a reglas de competencia leal respecto a la publicidad que difunden**

- **Códigos de conducta u otros lineamientos para la asignación de la publicidad financiada por el Estado**

2.11 SE REGULA LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS DE MANERA EFICAZ

- **los medios difusivos e impresos se adhieren a límites convenidos a nivel nacional o regional sobre el contenido publicitario, cuando esto sea aplicable**

- **los medios difusivos e impresos se adhieren a límites convenidos a nivel nacional o regional para la separación de la publicidad y la programación, cuando esto sea aplicable**

- **existe un Código Publicitario, establecido por una entidad profesional independiente, para evitar la publicidad engañosa**

Medios de verificación

– existe el Código Publicitario y está ejecutado

– los lineamientos para el monto de contenido publicitario y la separación entre la publicidad y la programación existen y se ejecutan

FUENTES DE DATOS

Artículo 19, *Access to the Airwaves: Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation*, Marzo 2002: www.article19.org/pdfs/standards/accessairwaves.pdf

Artículo 19, *Broadcasting Policy and Practice in Africa*, 2003: www.article19.org/pdfs/publications/africabroadcasting-policy.pdf

Fideicomiso del Servicio Mundial de la BBC, *Iniciativa Africana para el Desarrollo de los Medios* (2006): www.bbc.co.uk/worldservice/trust/specials/1552_trust_amdi/index.shtml

EPRA – directorio internacional de autoridades reguladoras: www.epra.org/content/english/authorities/regulation.html

Convención Europea sobre la Televisión Transfronteriza: http://conventions.coe.int/Treaty/EN/treaties/Html/132.htm

UNESCO y la Asociación Mediática de la Mancomunidad, *Guidelines for Broadcasting Regulation*, por Eve Salomon, 2006: http://portal.unesco.org/ci/en/files/21345/11399384219Guidelines_for_Broadcasting_Regulation.pdf/Guidelines+for+Broadcasting+Regulation.pdf

3

Los medios como plataforma para el discurso democrático

INDICADORES CLAVE

A LOS MEDIOS REFLEJAN LA DIVERSIDAD DE LA SOCIEDAD

3.1 Los medios de comunicación social – públicos, privados y comunitarios – satisfacen las necesidades de todos los grupos en la sociedad

3.2 Las organizaciones mediáticas reflejan la diversidad social mediante sus prácticas de empleo

B MODELO DE LAS EMISORAS DE SERVICIO PÚBLICO

3.3 Los objetivos de los medios de servicio público están definidos y garantizados mediante la legislación

3.4 Las operaciones de los medios de servicio público no experimentan discriminación en ningún campo

3.5 Sistema de gobernabilidad independiente y transparente

3.6 Los MSPs interactúan con el público y las OSCs

C AUTO-REGULACIÓN DE LOS MEDIOS

3.7 Los medios impresos y difusivos cuentan con mecanismos eficaces de auto-regulación

3.8 Los medios muestran una cultura de auto-regulación

D REQUISITOS PARA LA JUSTICIA E IMPARCIALIDAD

3.9 Código mediático efectivo que establece los requisitos para la justicia e imparcialidad

3.10 Aplicación efectiva del código mediático

E NIVELES DE CONFIANZA DEL PÚBLICO Y CREDIBILIDAD DE LOS MEDIOS

3.11 El público muestra altos niveles de confianza en los medios de comunicación social

3.12 Las organizaciones mediáticas son sensibles a las percepciones que tiene el público sobre su trabajo

F SEGURIDAD DE PERIODISTAS

3.13 Las/los periodistas, el personal mediático asociado y las organizaciones respectivas pueden ejercer su profesión con seguridad

3.14 El ejercicio mediático no se perjudica por un clima de inseguridad

Categoría

3 Los medios como plataforma para el discurso democrático

A. LOS MEDIOS REFLEJAN LA DIVERSIDAD DE LA SOCIEDAD

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

Es ampliamente reconocido que los medios de comunicación social cumplen un rol importante al sostener y reforzar la democracia, la gobernabilidad y los derechos humanos, pero hay poco consenso sobre cómo esto debe lograrse. Parte de la tensión relacionada con este problema es que los medios tienen dos roles diferentes, aunque hay elementos en común entre los dos. Los medios son un espacio para el debate democrático, el intercambio de la información y la manifestación cultural. Pero también son un actor social por derecho propio, que actúa como vigilante de las poderosas instituciones (tanto públicas como particulares) y exigen que el gobierno rinda cuentas. Como actor social, también puede ser una fuerza partidista y un instrumento de conflicto. En este sentido, la lógica sugiere que los medios deben rendir cuentas de sus acciones, al igual que cualquier otro actor social. Pero, siendo el espacio del debate, es crucial que los medios puedan trasmitir el debate e información sin el control de ningún partido ni gobierno. Ésta es la razón de la fuerte resistencia de la comunidad mediática ante los intentos de regularlos con el fin de asegurar que actúen responsablemente. Es la razón por la que los regímenes reguladores distinguen más bien entre las responsabilidades de los medios impresos y difusivos, y asignan un rol democrático específico a los medios difusivos públicos.

Sin embargo, es razonable exigir que los medios, para cumplir con su potencial democrático, reflejen la diversidad de la sociedad. La diversidad social tiene múltiples facetas: género, edad, raza, etnicidad, casta, idioma, credo religioso, capacidad física, orientación sexual, nivel de ingresos y clase social, y así sucesivamente. Las organizaciones mediáticas tienen considerable poder de dar forma a la manera cómo la sociedad experimenta la diversidad. Los medios pueden informar sobre los intereses de todo grupo de la sociedad y permitir que los diversos grupos accedan a información y diversión. Los medios pueden crear una plataforma para que cada grupo de la sociedad se visibilice y se haga escuchar. Pero en cambio los medios también pueden engendrar la desconfianza, el temor, la discriminación y la violencia, al reforzar los estereotipos, fomentar la tensión entre los grupos, y excluir a ciertos grupos del discurso público.

Un sector mediático pluralista es un requisito (pero seguramente no el único) para poder garantizar la diversidad. Los medios comunitarios tienen un rol especialmente importante al atender a los grupos minoritarios o marginados, y por lo tanto es imprescindible que el Estado y la sociedad civil apoyen a los medios comunitarios, para asegurar que representen la diversidad social (véase también la Categoría 2). Sin embargo, también es importante que los temas minoritarios sean reflejados en los medios generales.

La conducta mediática con relación a la diversidad social también es cuestión de la regulación formal, por ejemplo las exigencias de que los medios de servicio público sirvan a todos los sectores de la sociedad y brinden acceso justo a los partidos políticos. La conducta de los medios también puede regularse por las leyes del código civil o penal, como en el caso de prohibir la expresión del odio.

La regulación es especialmente importante en las sociedades cuyos medios comerciales se concentran totalmente en llegar a los públicos urbanos de interés a los anunciantes. En tales casos, es crucial que los medios públicos y comunitarios satisfagan las necesidades de información de las personas pobres o de quienes viven en zonas remotas o rurales.

Además, la diversidad de los medios se radica en una cultura institucional de auto-regulación, escrutinio entre colegas, y sensibilidad al público. Cada vez más, con el crecimiento de las nuevas tecnologías, la diversidad social encuentra expresión en blogs, reportaje ciudadano, contenido generado por los usuarios/as, y demás formas de participación directa del público en los medios.

La capacidad de los medios de representar a la diversidad social también depende de la composición de su personal, por ejemplo la proporción de periodistas y ejecutivos mediáticos que sean mujeres o provengan de grupos minoritarios.

INDICADORES CLAVE

3.1 **LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PÚBLICOS, PRIVADOS Y COMUNITARIOS – SATISFACEN LAS NECESIDADES DE TODOS LOS GRUPOS EN LA SOCIEDAD**

- **los medios emplean lenguaje e idiomas que reflejen la diversidad lingüística de la zona de su público**

- **los medios emplean los idiomas utilizados por los grupos marginados**

- **los medios comunitarios (impresos o difusivos) se producen para grupos específicos, por ejemplo pueblos indígenas y tribales, refugiados/as**

- **los medios estatales o públicos representan, en la práctica, los criterios de todo el espectro político y un amplio espectro de intereses sociales, incluyendo las secciones más débiles de la sociedad**

- **la información presentada por los medios es accesible a las mujeres y grupos marginados (por ejemplo, toma en cuenta cómo estos grupos acceden a la información, incluyendo sus niveles de alfabetización)**

Medios de verificación

– Proporción del contenido en los medios públicos destinado a grupos lingüísticos minoritarios o marginados

– Número y alcance estimado de los medios comunitarios que atienden a grupos lingüísticos minoritarios o marginados

– Monitoreo independiente de los medios por organismos con credibilidad, incluyendo un análisis del contenido en términos de su diversidad

3.2 LAS ORGANIZACIONES MEDIÁTICAS REFLEJAN LA DIVERSIDAD SOCIAL MEDIANTE SUS PRÁCTICAS DE EMPLEO

- **las periodistas mujeres tienen una representación justa en todo el sector mediático, incluyendo su alta gerencia**

- **periodistas de grupos étnicos, lingüísticos o religiosos minoritarios tienen una representación justa en todo el sector mediático, incluyendo su alta gerencia**

Medios de verificación

– proporción de mujeres periodistas y ejecutivas mediáticas

– proporción de periodistas y ejecutivos/as mediáticos de grupos étnicos, lingüísticos o religiosos minoritarios

FUENTES DE DATOS

Artículo 19, Broadcasting Pluralism and Diversity: Training Manual for African Regulators, 2006: www.article19.org/pdfs/tools/broadcasting-manual.pdf

Asociación Mediática de la Mancomunidad (CBA) con apoyo de UNESCO, CBA Editorial Guidelines, 2005 (http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001356/135672e.pdf)

Centro Europeo para Monitoreo del Racismo y la Xenofobia: www.eumc.eu.int/eumc/index.php

Proyecto Mundial para Monitoreo de los Medios – representación y participación de las mujeres en los medios: www.whomakesthenews.org

Federación Internacional de Periodistas – Proyecto de género entre la UE e India: www.ifj.org/default.asp?Issue=Gender%20india&Language=EN

Grupo de Trabajo Internacional de los Medios contra el Racismo y la Xenofobia – proyecto de diversidad-en-línea: www.diversity-online.org/

Instituto de Diversidad Mediática: www.media-diversidad.org/ y su Red de Reportaje de la Diversidad: www.mediadiversity.org/links/rdn.htm

Índice de Sustentabilidad Mediática: www.irex.org/msi

MediaWise – actividades en materia de la diversidad en los medios: www.presswise.org.uk/display_page.php?id=73

Instituto Estadístico de la UNESCO – Cuestionario sobre las Estadísticas de los Periódicos: www.uis.unesco.org /ev.php?ID=5831_201&ID2=DO_TOPIC

Instituto Estadístico de la UNESCO – Cuestionario sobre las Estadísticas de la Radio y Televisión: www.uis.unesco.org/ev.php?ID=6554_201&ID2=DO_TOPIC

Asociación Mundial de Radios Comunitarias: www.amarc.org

B. MODELO DE LAS EMISORAS DE SERVICIO PÚBLICO

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

Una definición aceptada de los medios de servicio público es así: "Los Medios de Servicio Público (MSP) son hechos y financiados por el público, bajo el control del público, y para el público. No son ni comerciales ni estatales, y están libres de la interferencia política y la presión de las fuerzas comerciales. Mediante los MSP, la ciudadanía se informa, se educa y también se divierte. Cuando sean garantizados con pluralismo, diversidad de programación, independencia editorial, financiamiento apropiado, rendición de cuentas y transparencia, los medios de servicio público pueden servir como un fundamento de la democracia." (Para una formulación detallada de esta función, véase la Carta Mediática Africana, adoptada en el foro patrocinado por la UNESCO, 'Windhoek Más 10' en 2001.) El elemento clave es que un medio de servicio público, aunque sea de propiedad estatal, debe ser libre de lazos partidistas, sin fines de lucro, con un mandato de interés público y usualmente cobertura nacional y un mandato nacional. En muchos casos, los servicios nacionales se complementan con servicios públicos regionales y particularmente en los Estados federales o los que tengan regiones autónomas o con diferentes idiomas.

Los medios de servicio público (MSPs) generalmente se financian con recursos públicos, en algunos casos generados por un cobro general al público usuario. Los MSPs también pueden captar un financiamiento adicional por vía comercial. Los medios privados también pueden cumplir ciertas funciones de servicio público.

Los medios de servicio público se fundamentan en la suposición de que el mercado no puede satisfacer todas las necesidades mediáticas de una nación. La característica que define los MSPs es que sean protegidos de la interferencia, en particular de carácter comercial o político, respecto a su gobernabilidad, presupuesto y toma de decisiones editoriales. Su mandato de servicio público usualmente incluye las obligaciones de asegurar que el público reciba información políticamente equilibrada, especialmente en las épocas electorales.

Además, típicamente se esfuerzan por asegurar que su sistema de trasmisión abarque todo el territorio nacional, y que atiendan a todas las regiones, culturas y grupos lingüísticos. Está claro que esto requiere que la gente pueda acceder al medio de comunicación (recibir las trasmisiones, tenga electricidad, acceso a las telecomunicaciones).

Los MSPs típicamente tienen publicidad limitada, o no tienen anuncios pagados. Deben ser gratuitos en su punto de entrega o disponibles a un costo que pueda pagar la vasta mayoría de la población. Su mandato también puede incluir la exigencia de brindar cobertura noticiera completa y equilibrada; un foro para el debate público; un mínimo de contenido generado a nivel local (posiblemente usando cuotas) y programación creativa, diversa y original.

Algunos MSPs tendrán algunas de estas características pero no todas – por ejemplo, las emisoras comunitarias pueden tener un mandato fuerte de servicio público sin tener cobertura nacional.

Los medios de servicio público cumplirán un rol clave en la modernización del entorno tecnológico de los medios en sus países y pueden requerir las herramientas precisas para superar la brecha digital causada por la ubicación geográfica, edad, educación y nivel económico.

Podrán aplicarse obligaciones de servicio público a todos los medios, por ejemplo mediante la autoridad reguladora que concede las licencias.

INDICADORES CLAVE

3.3 LOS OBJETIVOS DE LOS MEDIOS DE SERVICIO PÚBLICO ESTÁN DEFINIDOS Y GARANTIZADOS MEDIANTE LA LEGISLACIÓN

- **el mandato de servicio público de los MSP está definido claramente en la legislación**
- **los MSP tienen garantías específicas de independencia editorial y financiamiento apropiado y seguro para protegerlos de la interferencia arbitraria**
- **los MSP tienen recursos técnicos suficientes**

- **los MSP rinden cuentas ante el público, mediante su órgano administrativo**

Medios de verificación
- Alguna ley pertinente que define el mandato del medio de servicio público
- Las obligaciones de servicio público impuestas a uno o más medios
- Alguna regulación pertinente que garantice la independencia editorial y establezca los mecanismos financieros

3.4 LAS OPERACIONES DE LOS MEDIOS DE SERVICIO PÚBLICO NO EXPERIMENTAN DISCRIMINACIÓN EN NINGÚN CAMPO

- **las empresas de trasmisión por satélite y cable no se niegan a trasmitir las emisoras o contenidos de servicio público.**

Medios de verificación
- evidencia de reglas claras que impiden la discriminación por las empresas de trasmisión.

3.5 SISTEMA DE GOBERNABILIDAD INDEPENDIENTE Y TRANSPARENTE

- **los MSP son controlados por un órgano rector independiente cuya autonomía está garantizada legalmente**
- **los nombramientos al órgano rector se hacen de manera abierta, transparente y libre de la interferencia directa del gobierno o el control de algún interés creado político o económico**
- **el órgano rector asegura que los MSP cumplan con su mandato de servicio público y protege su independencia**

Medios de verificación
- Alguna regulación pertinente a la posición y el nombramiento al órgano rector
- Evidencia de que el órgano rector ejerce su autoridad

3.6 LOS MSPS INTERACTÚAN CON EL PÚBLICO Y LAS OSC

- **los MSP han demostrado su compromiso con la consulta e interacción con el público y las OSC, incluyendo un sistema para reclamos**
- **participación del público en los nombramientos al órgano rector**

Medios de verificación
- Evidencia de consulta entre los MSP y la sociedad civil, por ejemplo foros para la retroalimentación del público usuario
- Evidencia de que los MSP responden sistemática a los reclamos del público

FUENTES DE DATOS

Artículo 19, Serie de Normas Internacionales – A Model Public Service Broadcasting Law, Junio 2005: www.article19.org/pdfs/standards/modelpsblaw.pdf

Consejo de Europa, Comité de Ministros, y Recomendación No. R (96) 10 del Comité de Ministros a los Estados Miembros sobre la Garantía de la Independencia de los Medios de Servicio Público, Sept. 11, 1996: www.ebu.ch/CMSimages/en/leg_ref_coe_r96_10_psb_110996_tcm6-4322.pdf

Federación Internacional de Periodistas – Campaña de Medios Públicos para Todos/as y recursos afines: www.ifj.org/default.asp?Issue=pubbroad&Language=EN

Federación Internacional de Periodistas – directorio internacional de medios públicos: www.ifj.org/default.asp?Issue=pubroadlinks&Language=EN

Dirección de Medios de Servicio Público – India: www.psbt.org/index2.htm

Recomendación CM/Rec (2007)3 del Consejo de Europa sobre el mandato de los medios de servicio público en la Sociedad de la Información

UNESCO, Public Service Broadcasting. A Best Practices Source Book, 2005: http://portal.unesco.org/ci/en/ev.phpURL_ID=20394&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

UNESCO, Instituto de Asia y el Pacífico para el Desarrollo Mediático: Public Service Broadcasting – a comparative legal survey, por Toby Mendel, 2000: www.unesco.org/webworld/publications/mendel/jaya_index.html

Ejemplos de sitios Web para órganos reguladores nacionales y regionales:

Asia-Pacífico: www.abu.org.my
Bosnia-Herzegovina: www.cra.ba
Canadá: www.crtc.gc.ca/eng/welcome.htm
República Checa: http://www.rrtv.cz/en/
Estonia: www.rhn.ee/e_main.htm
Europa: www.epra.org/content/english/index2.html
Europa: www.ebu.ch/en/index.php
Jamaica: www.broadcastingcommission.org
Kenya: www.cck.go.ke/home/index.asp
Kosovo: www.imc-ko.org/index.php?lang=en&pag=home
Nigeria: www.nbc.gov.ng
Norteamérica: http://www.nabanet.com/
Sudáfrica: www.icasa.org.za/Default.aspx?Page=2
Reino Unido: www.ofcom.org.uk/

C. AUTO-REGULACIÓN DE LOS MEDIOS

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

La mejor garantía para asegurar altas normas éticas y profesionales en el periodismo es la auto-regulación voluntaria dentro de las organizaciones noticieras y entre ellas.

La auto-regulación efectiva es asunto de forma y cultura. Las culturas mediáticas nacionales pueden contar con la institucionalidad de la auto-regulación – Códigos de ética, defensorías, comisiones para reclamos, publicación o difusión de retractaciones y correcciones, etc. – pero pueden resultar ineficaces sin que prevalezca la cultura del escrutinio público y por parte de colegas. Por el contrario, en algunos casos se puede lograr efectivamente la auto-regulación sin estructuras o entidades nacionales formales, sino mediante la vigilancia local e interna, la sensibilidad y transparencia en cuestiones de ética y exactitud en las noticias.

La auto-regulación es más exitosa cuando interactúe apropiadamente con todos las/los actores dentro del sector mediático – editoriales y propietarios/as, periodistas – y también el público en general. Las organizaciones mediáticas deben desarrollar códigos de conducta éticas y profesionales, que deben formar parte de la práctica cotidiana. Cuando no se desarrolle la auto-regulación de los medios, podrán concentrarse los esfuerzos en los temas centrales como las denuncias y los lineamientos éticos. Los Estados frágiles plantean un dilema especial con relación a la regulación. En los Estados conflictivos, los medios podrán exacerbar el conflicto y odio, pero no se debe permitir que los esfuerzos por responder a esta situación lleven hacia la censura gubernamental con fines partidistas. La auto-regulación con apoyo internacional para la capacitación ética y el monitoreo de los medios es preferible cuando sea posible. No hay un solo modelo apropiado para todos los contextos.

INDICADORES CLAVE

3.7 **LOS MEDIOS IMPRESOS Y DIFUSIVOS CUENTAN CON MECANISMOS EFICACES DE AUTO-REGULACIÓN**

- **las organizaciones mediáticas tienen códigos de ética claros y lineamientos editoriales bien fundamentados**
- **los códigos se difunden activamente entre periodistas y se debaten y revisan regularmente**
- **a nivel sectorial, existen sistemas para ventilar denuncias del público sobre supuestas violaciones de las normas éticas**
- **las entidades auto-reguladoras y defensorías en materia de noticias son independientes del gobierno y de los intereses comerciales**

Medios de verificación

– Evidencia de actividad por el consejo independiente de la prensa o la asociación periodística

– Códigos de ética y evidencia de su uso y difusión activos por consejos independientes de la prensa y asociaciones periodísticas

– Número de denuncias del público sobre la conducta de los medios y evidencia de una respuesta razonable por parte de los medios

3.8 LOS MEDIOS MUESTRAN UNA CULTURA DE AUTO-REGULACIÓN

- **existen asociaciones independientes de periodistas y difunden buenas prácticas**

- **las organizaciones mediáticas muestran sensibilidad ante su público, por ejemplo con canales para reclamos y denuncias, el derecho a responder a las acusaciones, etc.**

- **las entidades auto-reguladoras interactúan con las OSC y el público en general y tienen una membresía socialmente diversa**

- **las/los periodistas u organizaciones mediáticas no practican la auto-censura normalmente**

Medios de verificación

– Evidencia de debate entre la comunidad periodística y el ámbito público más amplio sobre la ética y las normas

– Evidencia de actividad por la asociación independiente de periodistas con relación a la ética y las normas

FUENTES DE DATOS

Artículo 19, *Freedom of Accountability – Conference Report on Media Self-Regulation in South-East Europe*, Sarajevo, Junio 2005: www.article19.org/pdfs/conferences/sarajevo-conference-report.pdf

Código de ética de Al-Jazeera: http://english.aljazeera.net/news/archive/archive?ArchiveId=5190

Lineamientos Editoriales de la Corporación Mediática Británica: www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/

Consejos Independientes de Prensa – listado internacional de los consejos de prensa y recursos afines: www.mediaaccountability.org/html/frameset.php?page=directory

Consejos Independientes de Prensa – listado internacional de códigos de ética: www.media-accountability.org/html/frameset.php?page=library2

Federación Internacional de Periodistas – Declaración de Principios sobre la Conducta de Periodistas: www.ifj.org/default.asp?Issue=ETHICS&Language=EN

Intercambio Internacional sobre la Libertad de Expresión – información sobre la ética periodística: www.ifex.org/en/content/view/full/51725/

Red Internacional de Periodistas – directorio internacional de códigos de ética: www.ijnet.org/Director.aspx?P=Ethics

MediaWise – listado internacional de códigos de conducta periodística: www.presswise.org.uk/display_page.php?id=40

MediaWise – recursos relacionados con la regulación y auto-regulación: www.presswise.org.uk/display_page.php?id=708

Organización de Defensorías Noticieras: www.newsombudsmen.org/what.htm

Sociedad de Periodistas Profesionales (EEUU) – listado internacional de códigos de ética periodística: www.spj.org/ethicscode-other.asp

D. REQUISITOS PARA LA JUSTICIA E IMPARCIALIDAD

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

Los requisitos legales para los reportajes justos e imparciales varían grandemente entre los países. Las declaraciones de la UNESCO y otros lineamientos normativos internacionales rechazan toda vigilancia semejante a las noticias y opiniones en la prensa escrita o en los medios de Internet. Sin embargo, las regulaciones que ponen énfasis en la imparcialidad y ética comúnmente se incorporan en los regímenes de licencias para la radio y televisión. La legislación en el Reino Unido requiere que todos los programas noticieros difundidos y todo otro programa que trate sobre temas controvertidos sean imparciales.

Los códigos mediáticos deben establecer las reglas mediante las cuales cada partido político podrá obtener una cobertura equitativa en los períodos electorales. Los modelos para la cobertura electoral podrán variar de un país a otro. Sin embargo, los códigos de radio y televisión no deben comprometer la independencia editorial de los medios, convirtiéndose en pretexto para la censura o interferencia. Se dispone de varios códigos que pueden servir como modelos (véanse los enlaces a continuación).

INDICADORES CLAVE

3.9 CÓDIGO MEDIÁTICO EFECTIVO QUE ESTABLECE LOS REQUISITOS PARA LA JUSTICIA E IMPARCIALIDAD

- **el código mediático establece los requisitos para medios públicos y también para los particulares (por ejemplo como condición para mantener la licencia de funcionamiento)**
- **regulación para asegurar el respeto de los principios de justicia, equilibrio e imparcialidad durante las elecciones, por ejemplo la asignación de tiempo aire a las/los candidatos, reportajes sobre los sondeos de opinión, las cuotas para la publicidad política, las emisiones para las elecciones partidistas, la prevención de una cobertura indebida a las autoridades públicas de conformidad con el código electoral nacional**
- **el código no compromete la independencia editorial de los medios, por ejemplo imponiendo un sistema de censura previa**
- **cumplimiento con las normas internacionales**

Medios de verificación

- Alguna ley pertinente que regule el contenido mediático con relación a su justicia e imparcialidad
- Informes por organismos con credibilidad sobre la eficacia de los códigos mediáticos
- Alguna regulación pertinente sobre la conducta en el reportaje durante las elecciones
- Evidencia de que un medio público brinde cobertura justa y equilibrada de las sesiones parlamentarias

3.10 APLICACIÓN EFECTIVA DEL CÓDIGO MEDIÁTICO

- **se investigan las violaciones del código y se aplican sanciones proporcionales**
- **sistema apropiado para atender los reclamos del público**
- **la regulación se hace cumplir pero con la debida consideración para la libertad editorial e independencia**

Medios de verificación

- Ejemplos de la aplicación de los códigos mediáticos por el órgano regulador independiente

FUENTES DE DATOS

Artículo 19 – análisis nacionales de las leyes mediáticas relacionadas con la justicia e imparcialidad: www.article19.org

Artículo 19, Lineamientos para las trasmisiones durante las elecciones en las democracias en transición: www.article19.org/pdfs/tools/electionbroadcastingtrans.pdf

Artículo 19, *Broadcasting Pluralism and Diversity: Training Manual for African Regulators*, 2006: www.article19.org/pdfs/tools/broadcasting-manual.pdf

Asociación Mediática de la Mancomunidad y UNESCO, *Guidelines for Broadcasting Regulation*, por Eve Salomon, 2006: http://portal.unesco.org/ci/en/files/21345/11399384219Guidelines_for_Broadcasting_Regulation.pdf/Guidelines+for+Broadcasting+Regulation.pdf

Recomendación CM/Rec (2007) 15 del Consejo de Europa sobre las medidas concernientes a la cobertura por los medios de las campañas electorales

USAID, Oficina de Democracia y Gobernabilidad, *The Enabling Environment for Free and Independent Media: Contribution to Transparent and Accountable Governance*, 2002: www.usaid.gov/our_work/democracy_and_governance/publications/pdfs/pnacm006.pdf

E. NIVELES DE CONFIANZA DEL PÚBLICO Y CREDIBILIDAD DE LOS MEDIOS

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

Son difíciles de cuantificar los niveles de confianza del público hacia los medios de comunicación social. Las evaluaciones suelen ser subjetivas o fundamentadas en datos insuficientes. Además, las encuestas suelen mostrar un descenso en la credibilidad de los medios precisamente cuando estén enfrentándose a íconos o creencias nacionales poderosos y populares.

Los medios comunitarios ofrecen especiales oportunidades para juzgar la confianza del público. Por ejemplo, las comunidades podrán participar en la evaluación para renovar el mandato de sus medios comunitarios.

Cuando lo permitan sus recursos las organizaciones mediáticas podrán emprender en sus propias investigaciones con el público usuario o realizar esfuerzos por mantener su sensibilidad a las necesidades de su público. De hecho, los medios constituyen en sí un espacio clave para el debate sobre su propia credibilidad.

El auge de los blogs y el periodismo ciudadano ejerce una influencia profunda en la relación entre el público y los medios. En muchos países, el público ya no es un receptor pasivo, sino que interactúa activamente con los medios, generando contenidos, adaptando su consumo según sus intereses personales, y entregando sus comentarios sobre el trabajo de las/los periodistas profesionales.

Sin embargo, las comunidades sin acceso a Internet pueden hallarse excluidas de esta tendencia, y las organizaciones mediáticas no deben descuidar las necesidades de este sector del público. Asimismo, cuando sea posible es importante evaluar los diferentes niveles de credibilidad entre las mujeres y los grupos marginados que pueden experimentar la mayor carencia de información y la menor capacidad de hacer escuchar sus criterios.

INDICADORES CLAVE

3.11 EL PÚBLICO MUESTRA ALTOS NIVELES DE CONFIANZA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- **la percepción de que los medios reportan sobre temas de real interés para el pueblo**
- **satisfacción con el equilibrio entre las noticias e información locales y nacionales**
- **la percepción de que las/los periodistas y organizaciones mediáticas tienen integridad y no son corruptos**
- **la percepción de que el reportaje de las noticias es justo e imparcial**
- **un alto nivel de participación ciudadana en los medios de comunicación social se refleja en: el nivel de participación del público en los programas que permiten respuestas del público, el espacio dedicado a los comentarios de lectores/as en los periódicos, etc.**

Medios de verificación

– Sondeos de opinión pública relacionados con la confiabilidad y credibilidad de los medios
– Evaluación de los medios, por ejemplo por clubes de radio-escuchas
– Encuestas de hogar y otros trabajos de campo relacionados con las percepciones de los medios
– Entrevistas con muestras de escuchas / videntes / lectores-as sobre sus percepciones de los medios
– Evidencia de la participación comunitaria en la evaluación de medios comunitarios

3.12 LAS ORGANIZACIONES MEDIÁTICAS SON SENSIBLES A LAS PERCEPCIONES QUE TIENE EL PÚBLICO SOBRE SU TRABAJO

- **las organizaciones mediáticas hacen esfuerzos por saber más sobre su público y las percepciones de la calidad y la diversidad cultural de sus programas y sus noticias**
- **las organizaciones mediáticas ofrecen canales para la participación del público– llamadas telefónicas del público, debates, reportajes ciudadanos**
- **las organizaciones mediáticas establecen mecanismos de auditoría interna para garantizar la transparencia y la rendición de cuentas**
- **mecanismos comunitarios para evaluar a los medios comunitarios**

Medios de verificación

– Evidencia de actividades de investigación a sus públicos por las organizaciones mediáticas

– Evidencia de que las organizaciones mediáticas respondan a las críticas o desconfianzas por parte del público

– Evidencia de que las organizaciones mediáticas ofrecen canales para la participación del público

– Evidencia proveniente de los grupos de la sociedad civil como la defensoría del pueblo, las asociaciones de consumidores/as, etc.

FUENTES DE DATOS

Fideicomiso del Servicio Mundial de la BBC – investigación y aprendizaje: Barómetro Anual Edelman de la Credibilidad 2006: www.edelman.co.uk/insights/trust/Edelman%20Trust%20Barometer%202006.pdf

Globescan 2006, BBC/Reuters/Centro de Medios, Encuesta: Confianza en los Medios: www.globescan.com/news_archives/bbcreut.html

Instituto Internacional de la Democracia y Asistencia Electoral – colabora con organizaciones en todo el mundo para apoyar la recopilación de cuatro grandes barómetros regionales de la democracia. Enlaces a todos los cuatro barómetros: www.idea.int/democracy/global-barometers.cfm

MediaWise – proyecto sobre la confianza del público hacia los medios: www.mediawise.org.uk/display_page.php?id=72

Proyecto Pew de Actitudes Mundiales – una serie de sondeos mundiales de opinión pública: http://pewglobal.org/

Proyecto Pew de Actitudes Mundiales: Verdaderamente una Red Mundial – el planeta se vuelve digital: http://pewglobal.org/reports/display.php?ReportID=251

Telecom Express 2006, La televisión es tan confiable como las amistades: Encuesta: www.predicaments.com/telecomexpress/fullarticle.php?id=41

Transparencia Internacional –Índice de Percepciones de la Corrupción: www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/global/cpi

F. SEGURIDAD DE PERIODISTAS

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

Las garantías de la libertad de expresión son de poco valor si las/los periodistas no pueden ejercer este derecho con seguridad. Cuando sea normal que las/los periodistas u organizaciones mediáticas sean sometidos a vigilancia, amenazas, hostigamiento o ataque físico, los medios de comunicación social no podrán ejercer su rol como plataforma para el discurso democrático. Los miembros más vulnerables de la comunidad mediática son las personas que ejercen la profesión en forma independiente y bajo contrato temporal. Las malas condiciones de trabajo y prácticas corruptas también pueden llevar a formas de auto-censura.

Los crímenes contra periodistas son cometidos por el Estado o también por fuerzas extra-legales. En cualquiera de estos casos, es imperativo que tales delitos sean procesados para evitar que se desarrolle un clima de impunidad.

Además, hay que proteger a las fuentes de periodistas para que no se obligue a revelarlas; la confidencialidad de las fuentes es uno de los fundamentos del periodismo profesional y se protege bajo el derecho internacional.

INDICADORES CLAVE

3.13 **LAS/LOS PERIODISTAS, EL PERSONAL MEDIÁTICO ASOCIADO Y LAS ORGANIZACIONES RESPECTIVAS PUEDEN EJERCER SU PROFESIÓN CON SEGURIDAD**

- ◆ **Las y los periodistas y personal asociado de los medios no sufren amenazas, hostigamiento ni vigilancia**
- ◆ **Las y los periodistas y personal asociado de los medios no sufren ataques físicos, detenciones ilegales ni asesinato como resultado de realizar sus legítimas actividades**
- ◆ **las organizaciones mediáticas no son obligadas al cierre como resultado de realizar sus legítimas actividades, ni se les amenaza con el cierre**
- ◆ **los crímenes contra periodistas son procesados y no hay clima de impunidad**
- ◆ **las organizaciones mediáticas tienen políticas para proteger la salud y seguridad de su personal**
- ◆ **todo el personal tiene acceso a las medidas de protección social, incluyendo los empleados/as temporales e independientes**

Medios de verificación

– Estadísticas sobre los casos confirmados de amenazas, hostigamiento, ataques físicos, asesinatos, y detenciones ilegales

– Casos documentados de cierres a la fuerza o la amenaza de medios

– Evidencia de investigaciones y enjuiciamientos, o de que no se hayan investigado o procesado los crímenes contra periodistas

3.14 **EL EJERCICIO MEDIÁTICO NO SE PERJUDICA POR UN CLIMA DE INSEGURIDAD**

- ◆ **las/los periodistas no se auto-censuran normalmente por temor a castigos, hostigamiento o ataques**
- ◆ **la confidencialidad de las fuentes se garantiza en las leyes y se respeta en la práctica**

Medios de verificación

– Evidencia de debate en la comunidad periodística y en el ámbito público más amplio sobre la seguridad del personal mediático

– Encuestas a periodistas y gerentes de medios sobre el clima en el cual laboran

– Análisis de los contenidos de los medios por organismos con credibilidad para detectar el grado de autocensura por periodistas

– Casos documentados de que periodistas hayan sido obligados a divulgar sus fuentes

FUENTES DE DATOS

Informe de la UNESCO de Medellín: "Libertad de la prensa: Seguridad de Periodistas e Impunidad", 2007: http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001567/156773e.pdf

Comité para Proteger a las/los Periodistas: Estadísticas sobre Asesinatos de Periodistas: www.cpj.org/killed/killed_archives/stats.html

Freedom House – *Encuesta sobre la libertad de la prensa* – indicadores relacionados con el entorno político: www.freedomhouse.org/uploads/PFS/PFSMethodology2006.pdf

www.freedomhouse.org/uploads/PFS/PFSGlobalTables2006.pdf

Federación Internacional de Periodistas – informes anuales sobre asesinatos de periodistas y personal mediático: www.ifj.org/default.asp?Issue=KILL&Language=EN

Intercambio Internacional sobre la Libertad de Expresión – información sobre la seguridad de las/los periodistas: www.ifex.org/en/content/view/full/240/

Intercambio Internacional sobre la Libertad de Expresión – información sobre la impunidad: www.ifex.org/en/content/view/full/237/

Instituto Internacional de Seguridad Noticiera: www.newssafety.com

Junta Internacional de Investigación e Intercambios – *Índice de Sustentabilidad Mediática*: www.irex.org/msi/index.asp

Reporteros/as sin Fronteras – *Índice Mundial de Libertad de Prensa*: www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=554

4

Capacitación profesional e instituciones de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad

INDICADORES CLAVE

A DISPONIBILIDAD DE CAPACITACIÓN PROFESIONAL MEDIÁTICA

4.1 Las/los profesionales de los medios pueden acceder a la capacitación apropiada para sus necesidades

4.2 Las/los gerentes de los medios – incluyendo las/los gerentes de operaciones comerciales – pueden acceder a la capacitación apropiada para sus necesidades

4.3 La capacitación prepara a las/los profesionales mediáticos para poder comprender la democracia y el desarrollo

B DISPONIBILIDAD DE CURSOS ACADÉMICOS EN LAS PRÁCTICAS MEDIÁTICAS

4.4 Cursos académicos accesibles a una gama amplia de estudiantes

4.5 Los cursos académicos dotan a estudiantes de destrezas y conocimientos relacionados con el desarrollo democrático

C PRESENCIA DE SINDICATOS LABORALES Y ORGANIZACIONES PROFESIONALES

4.6 El personal mediático tiene derecho a afiliarse a sindicatos independientes y ejercen este derecho

4.7 Los sindicatos y asociaciones profesionales realizan acciones de incidencia en defensa de la profesión

D PRESENCIA DE ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL

4.8 Las OSC hacen un monitoreo sistemático de los medios

4.9 Las OSC realizan acciones directas de incidencia sobre cuestiones de la libertad de expresión

4.10 Las OSC ayudan a las comunidades a acceder a información y hacer escuchar sus voces

Categoría



Capacitación profesional e instituciones de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad

A. DISPONIBILIDAD DE CAPACITACIÓN PROFESIONAL MEDIÁTICA

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

La capacitación mediática abarca toda una gama de actividades, de cursos estructurados y programas de certificación para comunicadores/as profesionales, hasta acompañamiento en funciones, pasantías y aprendizaje a distancia. Pueden ofrecer la capacitación: empleadores/as, instituciones de capacitación mediática, departamentos universitarios, asociaciones profesionales u organizaciones internacionales, cuyo trabajo suele describirse como asistencia o desarrollo mediático.

Algunos países tiene un centro mediático – la base profesional donde pueden laborar las/los periodistas y recibir capacitación y apoyo. Los consejos multi-industriales o multi-sectoriales, que agrupan a los empleadores/as e instituciones académicas también pueden ayudar a difundir las buenas prácticas.

Si bien hay rasgos generales y profesionales de la capacitación periodística que son universales, la capacitación probablemente logrará su mayor impacto cuando sea impulsada por las necesidades locales de información y preferiblemente con la participación de los medios locales y socios no mediáticos – en otras palabras, la información creada por y para la comunidad local. Es particularmente importante que los programas de capacitación sean desarrollados para satisfacer las necesidades del mercado comunicacional local. Idealmente, la gama de capacitación disponible debe cubrir el periodismo, la producción y la administración, pero también otras áreas como la legislación mediática, las políticas y regulaciones mediáticas, y cómo manejar una empresa eficaz. Además, mediante la colaboración con grupos locales de incidencia y las OSC, la capacitación debería preparar a las/los comunicadores profesionales para informar desde las perspectivas de los grupos marginados. La ética periodística y las técnicas del periodismo investigativo y la cobertura electoral son especialmente cruciales para generalizarlas en los entornos cuyos medios hayan estado bajo control o represión.

Es vital que las actividades de capacitación se orienten hacia las actividades sostenibles a largo plazo: el apoyo mediático externo acarrea el riesgo de crear un mercado artificialmente inflado para las noticias y la publicidad o establecer medios que quiebran una vez que se retire la cooperación. Las organizaciones que proporcionan la capacitación – especialmente las externas al país destinatario – deben coordinar sus actividades para evitar la duplicación.

La UNESCO ha desarrollado modelos curriculares para la educación periodística (véanse las fuentes de datos) que exponen los elementos de una educación integral en el periodismo. Hace énfasis la UNESCO en la importancia de las oportunidades para periodistas – especialmente quienes estén a mediados de sus carreras profesionales – para adquirir los conocimientos disciplinarios sobre los temas de sus reportajes así como destrezas técnicas y profesionales.

INDICADORES CLAVE

4.1 LAS/LOS PROFESIONALES DE LOS MEDIOS PUEDEN ACCEDER A LA CAPACITACIÓN APROPIADA PARA SUS NECESIDADES

- **existen programas de formación profesional para periodistas**
- **programas de formación ofrecidos por una gama de fuentes – nacionales y externos**
- **oportunidades para periodistas calificados a todo nivel de perfeccionar sus destrezas y sus conocimientos esenciales de las diferentes disciplinas**
- **oportunidades para intercambios y programas regionales e internacionales**
- **apoyo para periodistas que necesiten especializarse en determinadas temáticas específicas**
- **capacitación en destrezas informáticas**
- **oportunidades para que las/los periodistas accedan al aprendizaje a distancia**
- **capacitación físicamente accesible para todos las/los periodistas (por ejemplo, no sólo concentrada en los centros urbanos)**
- **cursos de capacitación que combinen la producción con la formación**
- **capacitación utilizando los idiomas locales y la tecnología apropiada**

- **material de capacitación accesible y disponible en los idiomas locales**

- **capacitación accesible para mujeres y grupos marginados**

- **los programas de capacitación se someten a una evaluación adecuada por sus participantes**

- **la capacitación incluye concientización sobre la necesidad de contar con buenos sistemas gerenciales, transparencia y diálogo entre la gerencia y el personal**

Medios de verificación

– Número de periodistas formados/as en instituciones educativas

– Número de periodistas formados/as de otras maneras (por ejemplo, asociaciones profesionales, ONGs externas)

– Encuestas a periodistas: porcentaje de personas entrevistadas que están satisfechas con su formación y medición de sus niveles de conciencia sobre las normas éticas

– Informes de organismos con credibilidad sobre la accesibilidad y calidad de la formación periodística disponible

– Estrategia y programas curriculares de formación comunicacional

– Políticas y actividades internas de las organizaciones mediáticas para desarrollar a sus recursos humanos

– Existencia de consejos de capacitación multi-sectoriales o trans-industriales que agrupan a las/los empleadores e instituciones académicas

– Evaluaciones de su experiencia por las personas capacitadas

4.2 LAS/LOS GERENTES DE LOS MEDIOS –INCLUYENDO LAS/LOS GERENTES DE OPERACIONES COMERCIALES– PUEDEN ACCEDER A LA CAPACITACIÓN APROPIADA PARA SUS NECESIDADES

- **capacitación para las/los gerentes de las empresas mediáticas**

- **capacitación en destrezas empresariales apropiadas incluyendo mercadeo y gerencia financiera**

- **programas de capacitación accesibles para mujeres y grupos marginados**

Medios de verificación

– Número de gerentes y personal administrativo formados/as en programas profesionales

– Número de gerentes y personal administrativo formados/as de otras maneras (por ejemplo, asociaciones profesionales, ONGs externas)

– Encuestas a gerentes y personal operativo: porcentaje de personas entrevistadas que están satisfechas con su formación y medición de sus niveles de conciencia sobre las normas éticas

4.3 LA CAPACITACIÓN PREPARA A LAS/LOS PROFESIONALES MEDIÁTICOS PARA PODER COMPRENDER LA DEMOCRACIA Y EL DESARROLLO

- **la capacitación ayuda a concientizar sobre el potencial de los medios para fomentar la democracia y los derechos humanos**

- **la capacitación prepara a las/los periodistas para reportar desde las perspectivas de grupos marginados**

- **la capacitación prepara a las/los periodistas con destrezas del periodismo investigativo y conocimientos temáticos afines**

- **la capacitación incluye la ética periodística, la conciencia de los riesgos, y los primeros auxilios**

Medios de verificación

– Contenidos curriculares de formación comunicacional

– Evaluaciones de su experiencia por las personas capacitadas

– Informes por organismos con credibilidad sobre la eficacia de la capacitación mediática con relación a los objetivos democráticos y de derechos humanos

– Niveles medidos de conciencia periodística sobre la ética, los derechos humanos, y la perspectiva de los grupos marginados

– Encuestas sobre la producción periodística con relación a campos especializados (por ejemplo VIH-SIDA)

FUENTES DE DATOS

Fideicomiso del Servicio Mundial de la BBC: www.bbc.co.uk/worldservice/trust/mediadevelopment

Unión de Prensa de la Mancomunidad: www.cpu.org.uk/tr_courses.html

Consorcio de Comunicación para el Cambio Social: www.communicationforsocialchange.org

Cuestionario de la Federación Europea de Periodistas sobre la Calidad en el Periodismo: www.ifj-europe.org/default.asp?index=4347&Language=EN

Foro Mundial para el Desarrollo Mediático: http://70.87.64.34/~intint/gfmd_info/index.php

Proyecto Mundial de Monitoreo Mediático – talleres de capacitación para incidencia en materia del género: www.whomakesthenews.org/events/workshops

Instituto de Reportaje de Guerra y de Paz: www.iwpr.net/index.php?apc_state=heno-top_programmes_new.html&s=o&o=training_index1.html

Federación Internacional de Periodistas, *Hallazgos de la investigación de la IFJ sobre los reportajes del VIH/SIDA en seis países del África y Asia*: www.ifj.org/pdfs/IFJ%20HIV%20RESEARCH%20REPORT.pdf

Federación Internacional de Periodistas: Informe sobre el centro de capacitación virtual para periodistas: www.ifj.org/default.asp?Issue=RStage&Language=EN

Federación Internacional de Periodistas – Proyecto de género entre Europa e India: www.ifj.org/default.asp?Issue=Gender%20india&Language=EN

Red Internacional de Periodistas – directorio internacional de iniciativas de desarrollo mediático: www.ijnet.org/Director.aspx?P=MediaAssistance

Instituto Internacional de Seguridad Noticiera: www.newssafety.com

Internews: www.internews.org/activity/training/default.shtm

Instituto Mediático del África Austral: www.whomakesthenews.org/events/workshops

MediaWise – directorio de capacitación y cursos profesionales en periodismo a nivel mundial www.presswise.org.uk/display_page.php?id=41

Instituto Panos: www.panos.org

Fundación Reuters: www.foundation.reuters.com

Instituto de Capacitación Mediática del África Austral: www.nsjtraining.org

Fundación Thomson: www.thomsonfoundation.co.uk

Consejo de Formación Periodística Mediática del Reino Unido: www.bjtc.org.uk/about.aspx

Consejo Nacional del Reino Unido para la Capacitación de Periodistas: www.nctj.com

UNESCO, *Criterios e indicadores de calidad en instituciones de formación periodística e identificación de centros de excelencia potenciales en la formación periodística en África*, 2007: http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001514/151496E.pdf

UNESCO, *Model Curricula for Journalism Education for Developing Countries and Emerging Democracies*, 2007: http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209E.pdf

UNESCO – actividades de desarrollo mediático: http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=4625&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Red Internacional Unión: http://www.union-network.org

Asociación Mundial de Periódicos: www.wan-press.org/article37.html

Organizaciones mediáticas específicas: documentación relacionada con la estrategia de capacitación, el desarrollo de los recursos humanos, los lineamientos editoriales, los programas curriculares, etc.

B. DISPONIBILIDAD DE CURSOS ACADÉMICOS EN LAS PRÁCTICAS MEDIÁTICAS

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

Los cursos académicos en el periodismo y otros aspectos de la práctica comunicacional constituyen una manera de difundir las destrezas prácticas y creativas, así como de fomentar el pensamiento crítico sobre las políticas mediáticas y el rol de los medios en la sociedad. Las instituciones académicas pueden ser un espacio para el debate público sobre los medios, y forjar vínculos con las organizaciones mediáticas y las OSC para desarrollar programas curriculares y fomentar las buenas prácticas (por ejemplo mediante los consejos de formación multi-sectorial).

Es crucial que los cursos académicos preparen a los comunicadores/as profesionales con las destrezas requeridas para el pensamiento y análisis independientes – atributo imprescindible para el profesionalismo periodístico, incluyendo los conocimientos técnicos esenciales en los campos sobre los cuales han de reportar.

Los cursos deben ser accesibles en todo sentido, incluido su costo, y deben considerarse como prioridad para la inversión pública y no exclusivo para las opciones comerciales. Deben renovarse continuamente los programas curriculares. En este mundo de cambios veloces en las comunicaciones modernas, es muy fácil que los cursos se vuelvan obsoletos y poco pertinentes a las necesidades del sector mediático.

La "alfabetización" mediática es un elemento importante de los cursos académicos. Este es el caso particularmente ante los cambios en la comunicación, que hacen que la interacción ciudadana cumpla un rol cada vez más importante para reformular el "modelo de negocios" de las comunicaciones con el creciente uso de blogs, teléfonos móviles y otras formas de comunicación bidireccional entre los medios y la ciudadanía.

INDICADORES CLAVE

4.4 CURSOS ACADÉMICOS ACCESIBLES A UNA GAMA AMPLIA DE ESTUDIANTES

- **las universidades ofrecen cursos de pregrado y posgrado en periodismo y otros aspectos de los medios**
- **Materiales y textos de capacitación accesibles y disponibles en los idiomas locales**
- **Equipos necesarios / instalaciones técnicas para la capacitación, incluyendo el acceso a las TICs, disponibles en las instituciones de formación mediática**

Medios de verificación

– Número de cursos disponibles

– Nivel de formación de instituciones públicas, a comparación de los cursos ofrecidos por empresas comerciales

– Existencia de consejos de formación trans-sectoriales o multi-industriales

– Vínculos activos entre las instituciones académicas y los empleadores/as en el sector

– Informes de organismos con credibilidad sobre la accesibilidad y calidad de los cursos en periodismo

4.5 LOS CURSOS ACADÉMICOS DOTAN A ESTUDIANTES DE DESTREZAS Y CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL DESARROLLO DEMOCRÁTICO

- **los cursos abarcan los temas de la ley, la ética, la regulación y la política pública de los medios**
- **los cursos ayudan a concientizar sobre el potencial de los medios para promover la democracia y los derechos humanos**
- **los cursos preparan a estudiantes con las destrezas que necesitan para el pensamiento y análisis independientes**
- **los cursos contienen los conocimientos temáticos esenciales para los campos que se espera que las/los periodistas puedan cubrirlos**
- **se ofrecen cursos de "alfabetización" mediática orientados hacia el entorno moderno de las comunicaciones**

Medios de verificación

– Evaluación de los programas curriculares por organismos con credibilidad

– Evidencia de instituciones académicas que colaboran con las organizaciones mediáticas, las OSC y los institutos de investigación para formular programas curriculares pertinentes y actuar como espacio para el debate público

FUENTES DE DATOS

Red Mundial para la Educación y Capacitación Profesionales en los Medios de Comunicación Social: http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=13496&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Red Internacional de Periodistas: www.ijnet.org

Consejo de Formación Periodística Mediática del Reino Unido: www.bjtc.org.uk/about.aspx

UNESCO, *Communication Training in Africa: Model Curricula, Non-degree and Degree programmes* – ofrece modelos curriculares para formar y preparar para el ejercicio de la comunicación: www.unesco.org/webworld/publications/com_training_en.pdf

UNESCO, *Criterios e indicadores de calidad en instituciones de formación periodística e identificación de centros de excelencia potenciales en la formación periodística en África*, 2007: http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001514/151496E.pdf

C. PRESENCIA DE SINDICATOS LABORALES Y ORGANIZACIONES PROFESIONALES

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

El personal mediático debe poder ejercer su derecho – protegido a nivel internacional – de formar sindicatos, sin temor a represalias.

Los sindicatos y asociaciones profesionales pueden hacer incidencia directamente en defensa de la profesión con relación a despidos injustos, cuestiones salariales, condiciones de trabajo, protección de las fuentes y libertad de expresión. También pueden mejorar las normas profesionales al proporcionar capacitación, códigos de ética y foros de debate.

También es importante que el personal mediático reciba una remuneración adecuada a comparación de las demás profesiones.

INDICADORES CLAVE

4.6 EL PERSONAL MEDIÁTICO TIENE DERECHO A AFILIARSE A SINDICATOS INDEPENDIENTES Y EJERCEN ESTE DERECHO

- **el derecho de sindicalizarse se respeta en la legislación y en la práctica**
- **el derecho de tomar acción colectiva se respeta en la legislación y en la práctica**
- **las asociaciones nacionales de periodistas pueden ejercer el derecho a afiliarse con las apropiadas federaciones sindicales mundiales y asociaciones profesionales internacionales**

Medios de verificación

– Porcentaje de periodistas que sean sindicalizados o pertenezcan a asociaciones profesionales

– Afiliaciones internacionales de los sindicatos y organizaciones profesionales o de empleadores/as

– Documentados casos de tomar acción colectiva como sector

– Evidencia de que periodistas sean castigados o victimados/as por ser parte de un sindicato independiente

4.7 LOS SINDICATOS Y ASOCIACIONES PROFESIONALES REALIZAN ACCIONES DE INCIDENCIA EN DEFENSA DE LA PROFESIÓN

◆ **se reconoce a los sindicatos como interlocutoras de negociación para los grupos de empleadores, para cuestiones tanto laborales como profesionales**

◆ **las asociaciones profesionales de periodistas (redes especializadas, clubes de prensa, etc.) debaten activamente la ética y las normas mediáticas**

◆ **las asociaciones de empleadores/as establecen normas y defienden activamente la libertad de expresión**

◆ **los sindicatos y asociaciones profesional difunden códigos de ética y defienden activamente la libertad de expresión**

◆ **los sindicatos defienden los intereses de las profesionales mediáticas mujeres**

Medios de verificación

– Evidencia de asociaciones periodísticas que realicen incidencia en defensa de la profesión

– Evidencia de la incidencia sindical en temas de las políticas mediáticas y la libertad de expresión

FUENTES DE DATOS

Asociación para los Medios Independientes: www.aib.org.uk/index.asp?node_id=8,95

Consorcio de Comunicación para el Cambio Social: www.communicationforsocialchange.org

Federación Internacional de Periodistas – lista de miembros: www.ifj.org/pdfs/MembersList2006.pdf

Red Internacional de Periodistas: www.ijnet.org

Red Internacional Unión: www.union-network.org

Asociación Mundial de Periódicos: www.wan-press.org

Foro Mundial de Jefes de Redacción: www.wan-press.org/wef/articles.php?id=2

D. PRESENCIA DE ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

Las organizaciones de la sociedad civil son una parte vital de una ecología mediática saludable, al prestar tanto su apoyo como su escrutinio. Las OSC pueden cumplir un papel: haciendo monitoreo del contenido y la propiedad de los medios; realizando incidencia directa por la libertad de expresión, la seguridad para periodistas y las políticas y regulaciones mediáticas; fortalecimiento de capacidades; y ayudar a las comunidades a acceder a información y hacer escuchar sus voces.

Las OSCs pueden interactuar con las/los profesionales y formuladores/as de políticas mediáticas para asegurar que los medios satisfagan las necesidades de información de todo sector de la sociedad. Mediante su experticia y base comunitaria, también pueden aportar insumos a los reportajes sobre cuestiones como el VIH-SIDA y asegurar que los medios eviten estereotipar ni excluir las voces de los grupos marginados. El advenimiento del periodismo ciudadano y el contenido generado por usuarios/as crea nuevas avenidas para la incidencia e interacción de las OSC con los medios.

Las OSC también ofrecen una fuente de pensamiento crítico e independiente sobre los medios que puede ayudar a su evolución y a difundir buenas prácticas.

INDICADORES CLAVE

4.8 LAS OSC HACEN UN MONITOREO SISTEMÁTICO DE LOS MEDIOS

- **Las OSC hacen monitoreo del contenido y la propiedad de los medios en aras de promover el pluralismo y la diversidad**

- **Las OSC realizan un análisis crítico de los medios, especialmente con relación a la representación de los grupos marginados**

- **Las OSC cumplen un papel en la promoción de la "alfabetización" mediática**

Medios de verificación

– Estudios de monitoreo de los medios por las OSC

– Actividad de cabildeo e incidencia por las OSC

– Existencia de mecanismos, por ejemplo clubes de radioescuchas, para retroalimentación y evaluación

4.9 LAS OSC REALIZAN ACCIONES DIRECTAS DE INCIDENCIA SOBRE CUESTIONES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

- **Las OSC promueven activamente la libertad de expresión, el derecho a la información, y la seguridad para periodistas**

- **Las OSC interactúan con formuladores/as de políticas sobre las cuestiones de políticas públicas hacia los medios**

Medios de verificación

– Participación por las OSC en redes internacionales de la sociedad civil especializadas en la libertad de información y expresión

– Eventos públicos en los cuales las OSC, medios de comunicación social y formuladores/as de políticas debaten los temas políticos de los medios

4.10 LAS OSC AYUDAN A LAS COMUNIDADES A ACCEDER A INFORMACIÓN Y HACER ESCUCHAR SUS VOCES

- **Las OSC prestan asesoría y asistencia a las personas que desean acceder a los medios**

- **Las OSC participan de la formación de periodistas y su fortalecimiento de capacidades**

Medios de verificación

– Evidencia de que los medios de comunicación social y las OSC colaboren en programas de incidencia, y programas de "alfabetización" mediática

– Actividad de desarrollo mediático por las OSC

FUENTES DE DATOS

Artículo 19 – directorio de organizaciones contrapartes en todo el mundo:
www.article19.org/work/regions/index.html

Civicus – Alianza Mundial para la Participación Ciudadana; produce un índice cualitativo de la sociedad civil entre 35 países: www.civicus.org

La Iniciativa de la Comunicación: www.comminit.com

Consorcio de Comunicación para el Cambio Social: www.communicationforsocialchange.org

Cyberjournalist.net: www.cyberjournalist.net

Centro Mediático Independiente – red de medios de funcionamiento colectivo:
www.indymedia.org/en/static/about.shtml

Índice de la Censura: www.indexonline.org

Intercambio Internacional sobre la Libertad de Expresión: www.ifex.org

Instituto Internacional de la Prensa: www.freemedia.at/cms/ipi/

Red de Defensores/as de la Libertad de Información: www.foiadvocates.net/index_eng.html

Instituto Mediático del África Austral: www.misa.org

One World Radio: http://radioafrica.oneworld.net

Consejo Panos – ocho institutos Panos a nivel mundial: www.panosparis.org/gb/monde.php

Asociación de Medios Libres del Sur de Asia: www.southasianmedia.net

Organización Mediático del Sudeste de Europa: www.seemo.at

Asociación Mundial de Radios Comunitarias: www.amarc.org

5

La capacidad infraestructural es suficiente para apoyar a medios independientes y pluralistas

INDICADORES CLAVE

A DISPONIBILIDAD Y UTILIZACIÓN DE LOS RECURSOS TÉCNICOS POR LOS MEDIOS

5.1 Las organizaciones mediáticas tienen acceso a instalaciones técnicas modernas para recoger, producir y distribuir las noticias

B PENETRACIÓN DE LA PRENSA, LOS MEDIOS DIFUSIVOS Y LAS TICS

5.2 Los grupos marginados tienen acceso a modalidades de comunicación que son capaces de usarlas

5.3 El país tiene una política coherente sobre las TIC que procura satisfacer las necesidades de información de las comunidades marginadas

Categoría

5 La capacidad infraestructural es suficiente para apoyar a medios independientes y pluralistas

A. DISPONIBILIDAD Y UTILIZACIÓN DE LOS RECURSOS TÉCNICOS POR LOS MEDIOS

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

Para satisfacer las necesidades de información de los grupos marginados, se pueden requerir diversos tipos de apoyo infraestructural y técnico en un determinado país. Estos pueden incluir proveer de la tecnología mediática digital, los equipos de producción, la tecnología satelital, o imprentas independientes para asegurar la eficiente recolección, producción y distribución de las noticias. También pueden incluir las intervenciones de menor nivel tecnológico, como por ejemplo lo necesario para que los medios comunitarios puedan producir y repartir grabaciones en casetes.

A nivel de las organizaciones mediáticas individuales, podrá medirse el desarrollo de las TICs mediante indicadores como: el uso o la ausencia de sistemas de entrega mediante plataformas múltiples (por ejemplo, que los periódicos, la radio o la TV estén disponibles en-línea); la capacidad de almacenar y archivar los contenidos; el uso de las TIC para ampliar la voz ciudadana en los medios, y la proporción de periodistas con acceso seguro, confiable y económicamente factible a las TICs.

También puede compararse el uso de las TIC entre los medios públicos, particulares y comunitarios para asegurar que haya un nivel apropiado de desarrollo en todos los sectores, sin que ningún sector quede a la zaga. Así como las TICs deben ser accesibles en términos prácticos y económicos, su contenido debe orientarse a satisfacer las necesidades locales de información sobre la educación, salud, agricultura etc. y a democratizar el acceso a la información y aprendizaje para las generaciones actual y futuras

INDICADORES CLAVE

5.1 LAS ORGANIZACIONES MEDIÁTICAS TIENEN ACCESO A INSTALACIONES TÉCNICAS MODERNAS PARA RECOGER, PRODUCIR Y DISTRIBUIR LAS NOTICIAS

- **las/los periodistas tienen acceso seguro, confiable y económicamente costeable a las TICs, y han recibido la capacitación que necesitan para usarlas eficazmente**
- **las/los periodistas tienen acceso a toda una amplia gama de material de consulta y archivístico**
- **los medios comunitarios cuentan con instalaciones técnicas apropiadas para llegar hasta las comunidades marginadas**
- **están disponibles instalaciones adecuadas para la impresión y distribución para poder imprimir los medios de comunicación social**
- **las organizaciones mediáticas aprovechan sistemas de entrega mediante plataformas múltiples**
- **los medios públicos, particulares y comunitarios usan las TICs para lograr que la ciudadanía participe de los medios**

Medios de verificación

- En qué grado usan los medios sistemas de entrega por plataformas múltiples, por ejemplo el porcentaje de periódicos en-línea, número de emisoras que dan su señal continua (streaming) en-línea
- Informes de donantes o de otros organismos con credibilidad sobre la capacidad técnica de los medios
- Encuestas a periodistas sobre su nivel de satisfacción con sus herramientas de producción
- Evidencia de almacenar en archivos: criterios de selección para la preservación a largo plazo y accesibilidad para el público
- Evidencia de que las TICs se utilicen para ampliar la voz ciudadana en los medios (foros de debate, blogs, reportaje ciudadano, contenido generado por usuarios/as)

FUENTES DE DATOS

Iniciativa Africana para el Desarrollo de los Medios:
www.bbc.co.uk/worldservice/trust/specials/1552_trust_amdi/index.shtml

Fideicomiso del Servicio Mundial de la BBC: www.bbc.co.uk/worldservice/trust

Internews: www.internews.org

Junta Internacional de Investigación e Intercambios, IREX – Índice de Sustentabilidad de los Medios, indicadores relacionados con el periodismo profesional: www.irex.org

UNESCO – Actividades de Comunicación e Información – fortalecimiento de capacidades:
http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=19487&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

B. PENETRACIÓN DE LA PRENSA, LOS MEDIOS DIFUSIVOS Y LAS TICS

EL CONTEXTO Y LOS TEMAS PRINCIPALES

Se dispone de medidas cuantitativas para determinar cuál porción de la población tiene acceso a los periódicos, radio, televisión, Internet, y telefonía fija y móvil. Éstas pueden agregarse para dar medidas consolidadas, como el *Índice de Oportunidad Digital* de la UIT.

Los datos nacionales también necesitan desagregarse – cuando los datos lo permitan – para determinar si los grupos marginados pueden acceder a las formas de comunicación y tipos de fuentes de información que puedan utilizarlas. Por ejemplo, ¿cómo varía la forma de acceso y uso de los medios entre hombres y mujeres? ¿Se impide que los grupos marginados accedan efectivamente a alguna de las plataformas de comunicaciones? ¿Las comunidades con altos niveles de analfabetismo son bien atendidas por medios no impresos? ¿Cuáles son los niveles relativos de penetración mediática en los diferentes idiomas, incluyendo en Internet?

Es esencial adoptar un enfoque dinámico: donde la radio sea la principal fuente de noticias e información para las comunidades marginadas, ¿su alcance crece o decrece? ¿La penetración de medios públicos o comunitarios está creciendo o estancada a comparación de los medios comerciales?

El desarrollo de una política nacional de las TICs que incluya las necesidades de los grupos marginados es crucial. No hay un solo molde para el éxito en la superación de la brecha digital entre y dentro de las comunidades urbanas y rurales. Sin embargo, la experiencia de las organizaciones de desarrollo mediático y otros organismos internacionales sí ofrece algunos principios generales.

Tiene mucho menos posibilidad de lograr el éxito un enfoque fragmentado que uno que convoque a la sociedad civil, los medios, el gobierno y el sector privado, trabajando en alianza para democratizar el acceso a las TICs. Una estrategia nacional coherente sobre las TICs requiere la participación de las empresas de telecomunicaciones y operadoras de Internet para implantarla y estructurar una política de precios que tome en cuenta las necesidades de las comunidades marginadas. También requiere que las OSC se movilicen en base a sus fines comunes y ayuden a fortalecer las capacidades, mediante la capacitación profesional y la sensibilización del público. Además, puede requerirse una reforma judicial o institucional para asegurar que la reglamentación de las TICs sea coherente. Deben participar todos/as los actores para desarrollar la infraestructura apropiada para las condiciones locales, con el fin de rebajar los costos de la red, con mayor ancho de banda, para todas las comunidades y especialmente las más marginadas.

La Dinámica Multisectorial de las TIC (DMTIC) en la República Democrática del Congo ofrece un ejemplo innovador de este enfoque colaborativo para cubrir la deficiencia en materia de las TICs: http://downloads.bbc.co.uk/worldservice/trust/pdf/AMDI/drc/amdi_drc_full_report.pdf.

INDICADORES CLAVE

5.2 LOS GRUPOS MARGINADOS TIENEN ACCESO A MODALIDADES DE COMUNICACIÓN QUE SON CAPACES DE USAR

- **el medio público brinda acceso nacional en términos técnicos**
- **el Estado toma medidas positivas para asegurar el alcance geográfico máximo de todos los medios de difusión**
- **los medios no impresos están accesibles en las comunidades con altos niveles de analfabetismo**
- **los medios o publicaciones comunitarios tienen niveles altos o crecientes de penetración en su área de cobertura**

Medios de verificación

– Datos estadísticos y de encuestas (desagregados) sobre el acceso y uso de los medios difusivos e impresos

– Niveles de inversión estatal y comercial en las formas de comunicación susceptibles de ser utilizadas por los grupos marginados

– Informes por organismos con credibilidad sobre el alcance de las plataformas de comunicaciones, incluyendo los medios comunitarios

5.3 EL PAÍS TIENE UNA POLÍTICA COHERENTE SOBRE LAS TIC QUE PROCURA SATISFACER LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS COMUNIDADES MARGINADAS

◆ **las OSC, los medios de comunicación social, el gobierno y las entidades comerciales colaboran para lograr que las TICs sean accesibles**

◆ **la política de precios no excluye a las comunidades marginadas**

◆ **existencia de una política y estrategia de migración digital**

Medios de verificación

– Datos estadísticos y de encuestas (desagregados) sobre el acceso y uso de los TICs

– Evidencia de la colaboración del Estado con los actores particulares y de la sociedad civil para lograr una estrategia nacional de las TICs que satisfaga las necesidades de los grupos marginados

– Evaluaciones comparativas de la política y estructura de los precios

FUENTES DE DATOS

Iniciativa Africana para el Desarrollo de los Medios:
www.bbc.co.uk/worldservice/trust/specials/1552_trust_amdi/index.shtml

CIA World Factbook – datos nacionales sobre las comunicaciones:
www.cia.gov/cia/publications/factbook/index.html

Globescan –opinión pública mundial e investigación con las/los actores: www.globescan.com

Unión Internacional de las Telecomunicaciones: *ICT and Telecommunications in Least Developed Countries: mid-term review for the decade 2001–2010*: www.itu.int/ITU-D/ldc/pdf/ICTand%20TELinLDC-e.pdf

Unión Internacional de las Telecomunicaciones – *Informe Mundial sobre la Sociedad de la Información* 2006 (incluye el *Índice de Oportunidad Digital*): www.itu.int/osg/spu/publications/worldinformationsociety/2006/wisr-summary.pdf

Índice de Sustentabilidad Mediática: www.irex.org/msi

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – Measuring the Information Economy:
www.oecd.org/document/23/0,2340,en_2649_34449_33987543_1_1_1_1,00.html

Centro de Investigación Pew para el Pueblo y la Prensa: http://people-press.org/

Grupo Steadman (cubre al África sub-Saharana): www.steadman-group.com/research_index.php

Instituto Estadístico de la UNESCO – Cuestionario sobre las Estadísticas de los Periódicos:
www.uis.unesco.org/ev.php?ID=5831_201&ID2=DO_TOPIC

Instituto Estadístico de la UNESCO – Cuestionario sobre las Estadísticas de la Radio y Televisión:
www.uis.unesco.org/ev.php?ID=6554_201&ID2=DO_TOPIC

Índice Triangular de la Riqueza de las Naciones: www.ghfund.com/WNIOverview.php

Asociación Mundial de Radios Comunitarias: www.amarc.org

Banco Mundial: Indicadores de Desarrollo Mundial – La Época de la Información:
http://devdata.worldbank.org/wdi2006/contents/Section5.htm

Foro Económico Mundial – Informe Mundial sobre la Tecnología Informática:
www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Information%20Technology%20Report/index.htm

También hay datos disponibles de las oficinas nacionales de estadísticas y de los ministerios gubernamentales, de las estadísticas publicadas por las operadoras comerciales, en la prensa sectorial, en los informes independientes de monitoreo de los medios, etc.

Bibliografía selecta

Bibliografía selecta

(El contenido de todas las páginas Web fue verificado el 31.10.07)

Artículo 19 (2002), *Access to the Airwaves: Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation* (http://www.article19.org/pdfs/standards/accessairwaves.pdf)

Artículo 19 (2006) *Broadcasting Pluralism and Diversity: Training Manual for African Regulators* (http://www.article19.org/pdfs/tools/broadcasting-manual.pdf)

Artículo 19 (sin fecha), *Freedom of Expression and the Media*, escrito para el Consejo Británico (http://www.britishcouncil.org/governance-publications-resources-publications.htm)

Banisar, David (2006), *Freedom of Information Around the World 2006: a global survey of access to government records laws*, Freedominfo.org (http://www.freedominfo.org/documents/global_survey2006.pdf)

Fideicomiso del Servicio Mundial de la BBC, Iniciativa Africana de Desarrollo Mediático (http://www.bbc.co.uk/worldservice/trust/specials/1552_trust_amdi/index.shtml)

Fideicomiso del Servicio Mundial de la BBC, Iniciativa Africana de Desarrollo Mediático (2006), Strengthening Africa's Private Independent Media, Informe de Taller, Instituto Sudafricano para los Asuntos Internacionales, Universidad de Witwatersrand, Johannesburgo, Sudáfrica, 19-20 Junio 2006 (http://www.bbc.co.uk/worldservice/trust/docs/private_media_workshop_report.pdf)

Asociación Mediática de la Mancomunidad (CBA) con apoyo de UNESCO, CBA Editorial Guidelines, 2005 (http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001356/135672e.pdf)

Agencia Danesa de Desarrollo Internacional (2005), Monitoring and Indicators for Communication for Development (http://webzone.k3.mah.se/projects/comdev/_comdev_PDF_doc/Danida_ComDevt.pdf)

Davis, Alan (2006), 'A Road Map for Monitoring and Evaluation in the Media Development Sector', en *Media Matters: Perspectives on Advancing Media and Development from the Global Forum for Media Development*, Internews Europe y el Foro Mundial para el Desarrollo Mediático, pp.89–93

Departamento para el Desarrollo Internacional (DfID) (2005), *Monitoring and Evaluating Information and Communication for Development* (ICD) Programmes – Guidelines (http://www.dfid.gov.uk/pubs/files/icdguidelines.pdf)

Freedom House (2007), *Freedom of the Press 2007* (http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=16)

Holtz-Bacher, Christina (2004), *What is "good" press freedom? The difficulty of measuring freedom of the press worldwide*. Ponencia presentada ante la Asociación Internacional para la Investigación de los Medios y la Comunicación, Porto Alegre, Brasil

Junta Internacional de Investigación e Intercambios (2006), *Índice de Sustentabilidad Mediática* (http://www.irex.org/msi/index.asp)

Unión Internacional de las Telecomunicaciones (2006), *ICT and Telecommunications in Least Developed Countries: mid-term review for the decade 2001-2010* (http://www.itu.int/ITU-D/ldc/pdf/ICTand%20TELinLDC-e.pdf)

Internews Europa y el Foro Mundial para el Desarrollo Mediático (2006), *Media Matters: Perspectives on Advancing Media and Development from the Global Forum for Media Development* (http://www.internews.org/pubs/gfmd/mediamatters.pdf)

Islam, Roumeen (2002), 'Into the Looking Glass: what the media tell and why' en *The Right to Tell: The Role of Mass Media in Economic Development*, Washington, DC: Instituto del Banco Mundial (http://64.233.183.104/search?q=cache:XUOfPOiFZvUJ:www.worldbank.org/wbi/RighttoTell/righttotellOverview.pdf+right+to+tell&hl=en&gl=uk&ct=clnk&cd=1)

Lambino II, Antonio, Alexandra Tebay y Sarah Buzby (2006), 'A Monitoring and Evaluation Toolkit for Media Development: What do available indicators and integrative approaches have to offer?', en *Media Matters: Perspectives on Advancing Media and Development from the Global Forum for Media Development*, Internews Europa y el Foro Mundial para el Desarrollo Mediático, pp.89–93 81-88.

Norris, Pippa y Dieter Zinnbauer (2002), *Giving Voice to the Voiceless: Good Governance, Human Development & Mass Communications*, Oficina del PNUD para el Informe de Desarrollo Humano (http://hdr.undp.org/docs/publications/background_papers/2002/Norris-Zinnbauer_2002.pdf)

Parks, Will con Denise Gray-Felder, Jim Hunt y Ailish Byrne (2005), *Who measures social change? An introduction to participatory monitoring and evaluation of communications for social change*. Consorcio de Comunicación para el Cambio Social (http://www.communicationforsocialchange.org/pdf/who_measures_change.pdf)

Schellschmidt, Peter (2005), *The African Media Barometer: a new instrument in media development cooperation*, Fundación Friedrich Ebert (http://library.fes.de/pdf-files/bueros/namibia/03267.pdf)

PNUD (2006), *A Guide to Measuring the Impact of Right to Information Programmes: Practical Guidance Note* (www.undp.org/oslocentre/docs06/A%20Guide%20to%20Measuring%20the%20Impact%20of%20Right%20to%20Information%20Programmes%20-%20final%20(11%2004%2006).pdf)

PNUD (2006), *Communication for Empowerment: developing media strategies in support of vulnerable groups*, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Oficina de Políticas del Desarrollo, Grupo de Gobernabilidad Democrática (http://www.undp.org/oslocentre/docs06/Communicationforempowermentfinal.pdf)

UNESCO, *Public Service Broadcasting. A Best Practices Source Book*, 2005: http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=20394&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

UNESCO-Centro para la Paz y Seguridad Humana, París (2006), *Press Freedom and Poverty: an analysis of the correlations between the freedom of the press and various aspects of human security, poverty and governance*, Proyecto de Investigación UNESCO-CPHS, elaborado por Anne-Sophie Novel (http://gem.sciencespo.fr/content/publications/pdf/novel_pressfreedom_poverty__150606.pdf)

Whitehouse, Mark (2006), 'Measuring Change in Media Systems: the Media Sustainability Index', en *Media Matters: Perspectives on Advancing Media and Development from the Global Forum for Media Development*, Internews Europa y el Foro Mundial para el Desarrollo Mediático, pp. 76–80

Anexo

Decisión

Sesión XXVI del Consejo Intergubernamental del PIDC

(26-28 marzo 2008)

Anexo

Decisión adoptada por el Consejo Intergubernamental del PIDC en su sesión XXVI

El Consejo Intergubernamental,

Habiendo considerado y analizado el punto 8 de la agenda de la sesión XXVI del Consejo "Seguimiento a la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información: Línea de Acción 9: Medios de comunicación social", particularmente el informe sobre los indicadores de desarrollo mediático elaborado por el Grupo Experto,

Recordando el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que afirma "que todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión",

Recordando la Resolución 4.6 sobre la "promoción de medios independientes y pluralistas" adoptada por la Conferencia General de la UNESCO en su sesión XXVIII en el año 1995, así como las Resoluciones 34 y 35 adoptadas por la Conferencia General de la UNESCO en su sesión XXIX en 1997 que "subrayó la singular importancia y avaló las declaraciones" de los seminarios regionales para promover la libertad de la prensa, y los medios independientes y pluralistas (Windhoek, Almaty, Santiago, Sana'a y Sofía) e invitó a los miembros del Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación a tomar en cuenta las Declaraciones al seleccionar los proyectos que serán financiados por este programa,

Recordando también el Plan de Acción de Ginebra y el Compromiso de Túnez y su Agenda para la Sociedad de la Información, así como la decisión unánime tomada por las/los participantes de la primera reunión conjunta sobre la Línea de Acción C9 de la CMSI: (Medios de comunicación) convocados en la UNESCO el 19 octubre 2006 para designar a la UNESCO como la Facilitadora oficial de esta Línea de Acción y para establecer a dos sub-grupos: uno – "para promover la libertad de expresión, libertad de la prensa y legislación que garantice la independencia y pluralidad de los medios" y, el segundo – "para contribuir al desarrollo mediático y al fortalecimiento de capacidades",

Resaltando la continua pertinencia de la Nueva Estrategia de Comunicación, adoptada en forma unánime por la Conferencia General de la UNESCO en su sesión XXV del 1989, que solicitó a la Organización "fomentar el libre flujo de la información, a nivel internacional así como nacional, promover la difusión más amplia y equilibrada de la información, sin ningún obstáculo para la libertad de expresión, y fortalecer las capacidades de comunicación en los países en vías de desarrollo para aumentar su participación en el proceso de comunicación",

Subrayando que el objetivo del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (IPDC), como lo declara su Resolución 75, adoptada en la Conferencia General XXXII de octubre 2003, es contribuir al desarrollo sostenible, la democracia y gobernabilidad, fomentando el acceso universal y la distribución de la información y los conocimientos, fortaleciendo las capacidades de los países en vías de desarrollo y países en transición en el campo de los medios electrónicos y la prensa escrita, y en particular proporcionar apoyo en las siguientes áreas:

- Promoción de la libertad de expresión y el pluralismo en los medios de comunicación social,
- Desarrollo de los medios comunitarios,
- Desarrollo de recursos humanos,
- Promoción de alianzas internacionales,

Notando con satisfacción que la Asamblea General de la ONU en su Resolución A/62/205 "la Información al servicio de la humanidad" adoptada el 17 diciembre 2007, reiteró su solicitud "de prestar pleno apoyo para el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, que deberá apoyar a los medios tanto públicos como privados",

Avala en este sentido los indicadores de desarrollo mediático elaborados por el Grupo Experto y entregados a este Consejo, como una importante herramienta diagnóstica para que todos los las/los actores evalúen el nivel de desarrollo mediático en un determinado país y de esta manera determinen las áreas en las cuales más se requiera apoyo,

Invita a la Mesa del Consejo Intergubernamental y a otros actores que laboran en el área del desarrollo mediático a que tomen en cuenta estos indicadores al determinar las estrategias de apoyo al desarrollo de la comunicación dentro del contexto general del desarrollo nacional,

Invita al Director General a compartir los indicadores de desarrollo mediático con otros organismos de la ONU como un aporte importante para definir el enfoque unificado de las Naciones Unidas hacia las Evaluaciones Comunes del País (CCA) y el Marco de Asistencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo (UNDAF) en los campos del desarrollo mediático y la gobernabilidad,

Exhorta a todos los Estados Miembros y organizaciones profesionales para informar al Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación sobre su acción en el campo del desarrollo mediático y en la ejecución del Plan de Acción de Ginebra y el Compromiso de Túnez, con su Agenda para la Sociedad de la Información (Línea de Acción 9: Medios de comunicación social).



UNESCO – Sector de Comunicación e Información
1 rue Miollis
75732 Paris Cedex 15
Francia

Persona de Contacto: Saorla McCabe: s.mccabe@unesco.org
www.unesco.org/webworld/ipdc